

Feriehus i nye rammer

Markedstest af nye overnatningskoncepter

Rapport | Dansk Kyst- og Naturturisme | Juni 2020

Epinion



Indhold

03	Introduktion
09	Kvalitativ koncepttest
20	Kvantitativ koncepttest
22	Test af sejlbåd
26	Test af husbåd
30	Test af luksushytte
34	Test af strandhus

Introduktion

Markedstest - Feriehus i Nye Rammer

Baggrund

Dansk Kyst- og Naturturisme har med projektet "Feriehus i Nye Rammer" arbejdet med, hvordan der kan etableres ny og markedsrelevant overnatningskapacitet på campingpladser og i lystbådehavne. Årsagen til dette er, at de to overnatningsformer generelt set ikke har haft del i den samlede vækst, der har præget kyst- og naturturismen de seneste år. Begge overnatningsformer vurderes dog at have potentiale til at tiltrække nye målgrupper, hvis de udvikler og tilbyder nye produkter, der i højere grad er tilpasset markedets efterspørgsel.

Dansk Kyst- og Naturturisme har i samarbejde med fire turismevirksomheder testet fire nye overnatningskoncepter, der på hver sin måde udvider det klassiske udbud af overnatningskapacitet på campingpladser og i lystbådehavne – både ift. koncept og serviceydelse.

En stor tak skal lyde til de deltagende virksomheder samt testpersonerne.

Formål

Formålet med nærværende undersøgelse er at markedsteste fire nye overnatningskoncepter, der er en del af enten en eksisterende campingplads eller lystbådehavn, men som adskiller sig betydeligt ift. eksisterende produkter.

Alle produkterne er udviklet af de deltagende virksomheder med henblik på at udvikle deres virksomhed og tiltrække nye målgrupper.

Undersøgelsen har til formål at skabe indsigt i erkendte og ikke-erkendte behov hos målgruppen, herunder attraktivitet og oplevelsespræferencer, men også at afdække målgruppestørrelse samt betalingsvillighed

Dette med henblik på at få en dybdegående indsigt i overnatningskoncepternes relevans og potentiale i forhold til at kunne videreudvikle denne type overnatningskapacitet som supplement til eksisterende produkter.

Testede overnatningskoncepter

- **Sejlbåd**
Mulighed for at leje en sejlbåd i en aktiv lystbådehavn. Sejlbåden er til to personer og må ikke benyttes til sejlads, men giver mulighed for at bo på vandet og blive en del af et maritimt miljø.
Serviceniveau: sengelinned, opredning og slutrengøring samt adgang til en række aktiviteter og faciliteter i lystbådehavnen (havkajak, SUP mv.)
- **Husbåd**
Denne overnatningsform er endnu ret sjælden i dansk regi, men tilbyder overnatning på vandet med høj grad af komfort. Husbåden er til to personer. Husbåden er ikke til sejlads.
Serviceniveau: slutrengøring samt mulighed for at bestille morgenmad.
- **Luksushytte**
Arkitekttegnet hytte, der er en del af et campingresort. Hytten har et unikt design og høj meget grad af luksus i form af bl.a. udendørs spa og bruser, sauna mv. Denne type hytte er et helt nyt produkt i campingregi. Hytten er til to personer.
Serviceniveau: sengelinned, opredning og slutrengøring samt adgang til resortets aktiviteter og faciliteter.
- **Strandhus**
Strandhuset er en del af et campingresort og minder på mange måder om et luksussommerhus. Det ligger naturskønt og lidt afsides fra det øvrige resort, har plads til otte overnattende gæster, og der er fokus på design og luksusfaciliteter både indenfor og udenfor.
Serviceniveau: slutrengøring samt adgang til resortets aktiviteter og faciliteter.

Undersøgelsen bygger på en dataindsamling bestående af tre faser

1 Kvalitativ undersøgelse af her-og-nu oplevelser

Formål

- Formålet med den indledende fase er at foretage en **dybdegående test** af de fire overnatningskoncepter for at skabe indsigt i både **erkendte og ikke-erkendte behov** og **præferencer** i målgruppen. Dette undersøges ved at følge 15 par/familier, mens de afprøver koncepterne. Dette sker på tæt hold, hvor deres faktiske adfærd og tanker observeres

Aktiviteter

- Epinion har gennemført en **mobiletnografisk undersøgelse** blandt 15 par/familier. Metoden har til hensigt at undersøge menneskers adfærd, tanker, kultur, interaktioner og beslutninger i forhold til en given situation eller oplevelse – her de fire overnatnings-koncepter. De 15 par/familier har haft et ophold, hvor de har ageret som på et "almindeligt" ferieophold, og sideløbende besvaret en række spørgsmål om deres oplevelser og tanker på en app
- Epinion har sideløbende fulgt parrene på **sociale medier** – givet, at de har profiler på disse platforme og har givet Epinion tilladelse til at følge dem. Epinion har ikke opfordret til deling, men blot fulgt eventuel aktivitet

Gennemført: 23. august – 28. september 2019

2 Kvalitativ undersøgelse af retrospektiv evaluering

Formål

- Formålet med den **retrospektive evaluering** er at skabe indblik i den opfølgende vurdering og **helhedsoplevelsen** af opholdet blandt testpersonerne. Det er også her, at særligt gode eller mindre gode oplevelser fra opholdet står frem, hvilket danner grobund for indsigt i koncepternes **potentialer og udfordringer**

Aktiviteter

- Epinion har gennemført 10 opfølgende **kvalitative dybdeinterviews** med 10 af de 15 par/familier efter deres ophold. Interviews er gennemført telefonisk og har en varighed på ca. 45 minutter
- Epinion har udvalgt de 10 par/familier på baggrund af deres besvarelser under opholdet – nogle fordi de var oplagte interviewpersoner, andre fordi deres besvarelser via appen krævede en uddybning

Gennemført: 4. september – 29. oktober 2019

3 Kvantitativ koncepttest

Formål

- Den sidste fase har til formål at skabe indblik i **målgruppestørrelsen, attraktiviteten** af overnatningsformerne og **betalingsvilligheden** blandt målgruppen for de nye danske overnatningsformer

Aktiviteter

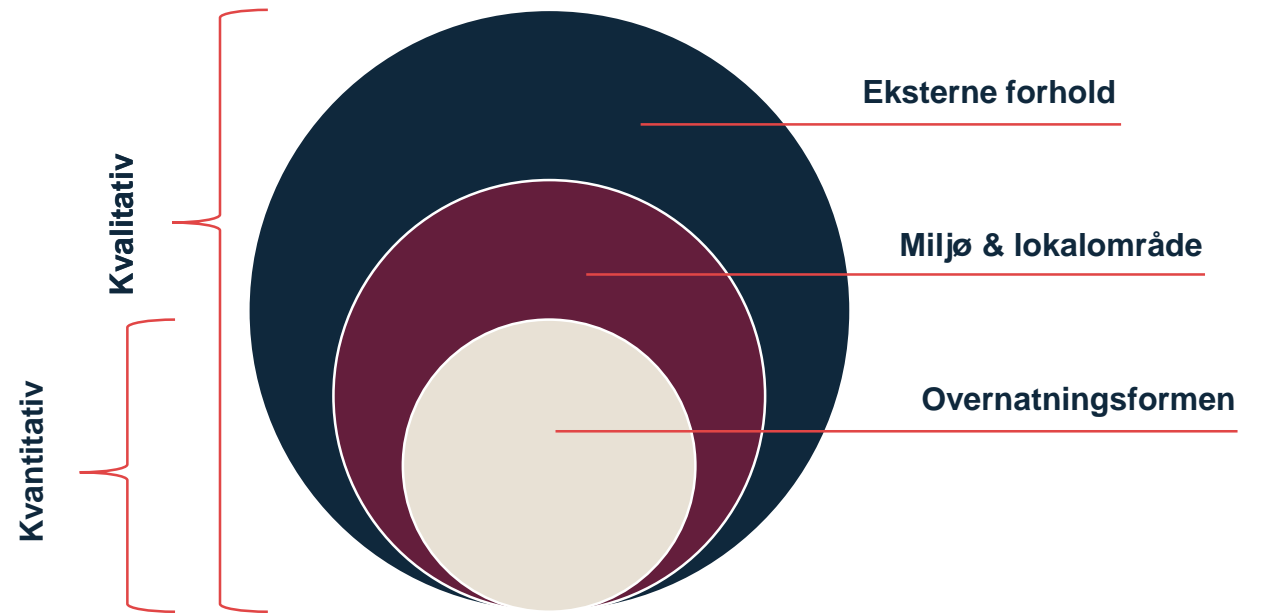
- Epinion har gennemført en **kvantitativ måling** gennem et online spørgeskema udsendt til et repræsentativt udsnit af den danske befolkning 18+ år gennem Epinions Danmarkspanel
- I alt har **1.002 danskere** besvaret spørgeskemaet, hvor hver af de fire overnatningskoncepter er præsenteret ved fire billeder og en konceptbeskrivelse

Gennemført: 6. november – 19. november 2019

Kombinationen af kvalitative og kvantitative datakilder muliggør en helhedsorienteret evaluering af de fire overnatningsformer

Multiple datakilder

- Nærværende undersøgelse baserer sig på en kombination af dybdegående kvalitative datakilder og en vidtrækkende kvantitativ dataindsamling. De to typer datakilder er valgt, så de supplerer hinanden og gør det muligt at foretage en helhedsorienteret evaluering af de fire overnatningskoncepter, hvormed der skabes indblik i den kvalitative oplevelse såvel som attraktivitet og betalingsvillighed i befolkningen.
- **Dybdegående kvalitative indsigter:** De kvalitative, mobiletnografiske interviews sikrer en dybdegående test af koncepterne, hvor parrene/familiernes adfærd observeres i en så naturlig kontekst som muligt. Dette gør, at parrene/familierne, der har deltaget, har vurderet deres ophold som en samlet helhedsoplevelse. Deres vurdering af overnatningsformen er således påvirket af miljø og lokalområde såvel som af eksterne forhold, som fx vejret.
- **Brede, kvantitative indsigter:** Spørgeskemaundersøgelsen bidrager til at måle koncepternes attraktivitet og betalingsvillighed i den brede befolkning. Her har deltagerne evalueret overnatningsformerne isoleret set, idet de er blevet præsenteret for en beskrivelse og visualisering af overnatningsformen, uden at have oplevet det eller fået information om dets fulde kontekst.



Den mobiletnografiske undersøgelse er gennemført med følgende målgrupper



Sejlbåd

- Epinion har fulgt tre par i alderen 40+ fra Øst- og Midtjylland
- Parrene har haft 2 overnatninger i en sejlbåd
- Perioden for opholdene: 23. august – 8. september 2019
- Efter samtykke fulgte Epinion alle tre par på de sociale medier, som alle uopfordret delte opslag om opholdet



Luksushytte

- Epinion har fulgt tre par i alderen 40+ år fra Østjylland
- Parrene har haft 1 overnatning i hytten
- Perioden for opholdene: 15. – 20. september 2019
- Efter samtykke fulgte Epinion alle tre par på de sociale medier, hvoraf to af dem uopfordret delte opslag om opholdet



Husbåd

- Epinion har fulgt tre par i alderen 40+ år fra Region Hovedstaden
- Parrene har haft 1 overnatning i husbåden
- Perioden for opholdene: 9. – 24. september 2019
- Efter samtykke fulgte Epinion to af parrene på de sociale medier, hvoraf ét af dem uopfordret delte opslag om opholdet



Strandhus

- Epinion har fulgt tre par og tre børnefamilier i alderen 25+ år fra Region Hovedstaden
- Parrene har haft 2 overnatninger i strandhuset
- Perioden for opholdene: 2. – 28. september 2019
- Efter samtykke fulgte Epinion fire af parrene/familierne på de sociale medier, hvoraf tre af dem uopfordret delte opslag om opholdet

Rekrutteringskriterier

De i alt 15 par/familier er rekrutteret gennem Epinions Danmarkspanel på baggrund af følgende kriterier:

- Er ikke allerede inkarnerede campister eller lystsejlere
- Er ikke afvisende overfor at prøve nye feriemønstre (f.eks. campingferie eller lystbådsferie)
- Holder ferie i Danmark (både korte og længere ferier)
- Relevant geografi og alder ift. koncepternes forventede målgruppe (defineret af de deltagende virksomheder)
- Tager på ferie uden eventuelle børn (med undtagelse af børnefamilierne i strandhuset)
- Har bil eller har adgang til bil

Danskerne betalingsvillighed

Forklaring

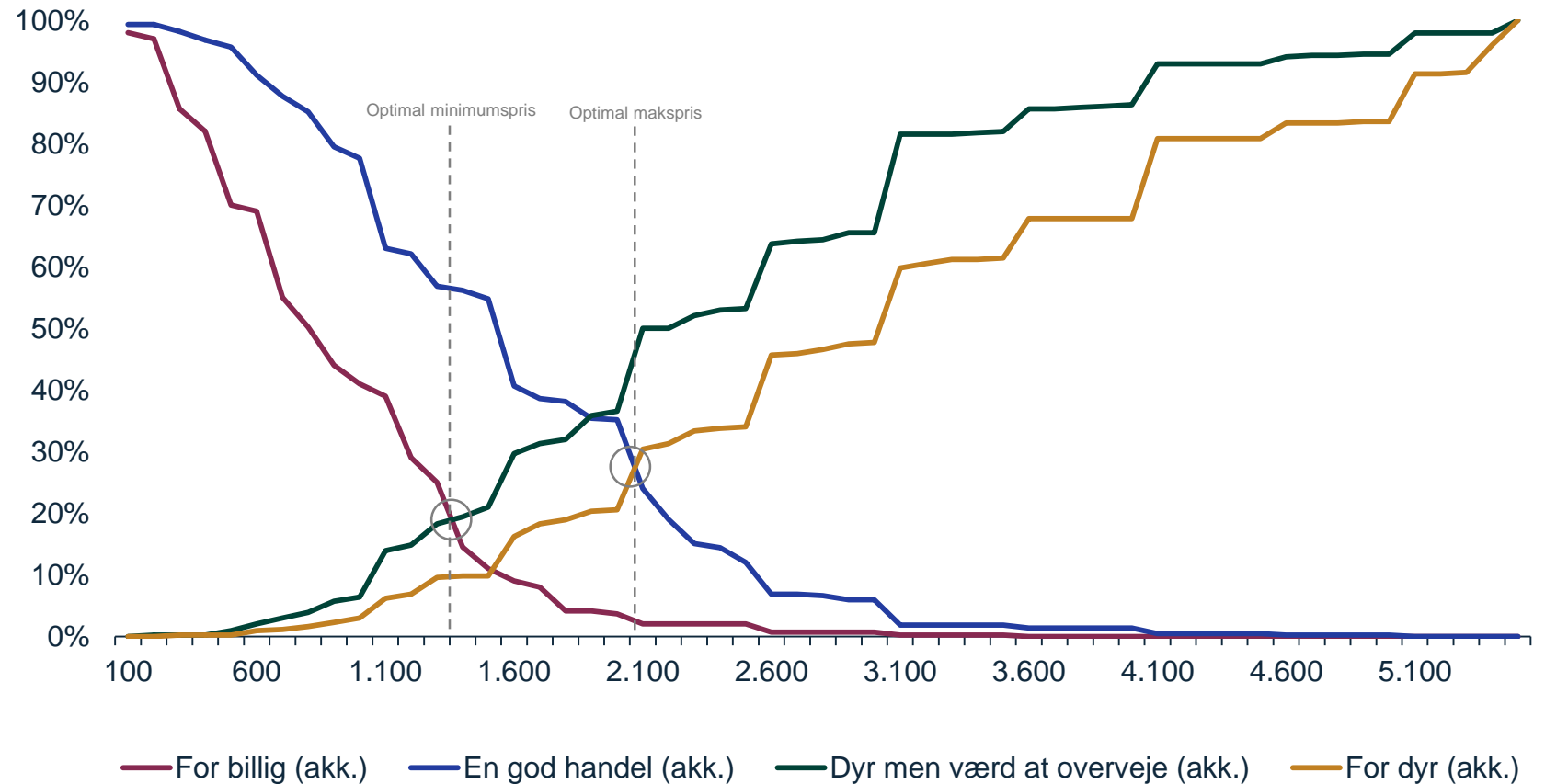
Betalingsvilligheden udregnes for den brede gruppe af danskere, der er interesserede i sejlbådskonceptet og udregnes ved *Van Westendorp's Price Sensitivity Meter*. Målingen tager udgangspunkt i de danskere, der angiver at være interesserede i sejlbådskonceptet i nogen grad, i høj grad eller i meget høj grad. Danskerne er blevet bedt om at angive hvilken pris de er villige til at betale for to overnatninger i de overnatningskoncepter, der blev testet i den kvalitative test. Mere præcist er de blevet bedt om at vurdere, til hvilken pris overnatningsformen er:

- Så billig, at man er i tvivl om kvaliteten
- En god handel
- I den dyre ende, men stadig overveje at købe
- For dyr til at overveje at købe

Målgruppens optimale minimumspris skæres ved kurven "for billig", mens den optimale makspris skæres ved "for dyr". Det er således området mellem de forskellige kurver, der udgør det optimale prisinterval.

Der er renset for svar, som virkede urealistiske, eksempelvis hvis respondenter har svaret under 100 kr. i alle fire kategorier.

Illustration af metode til udregning af målgruppens betalingsvillighed (fiktive tal)



Kvalitativ koncepttest

De testede overnatningskoncepter opleves som unikke og anderledes ferieformer, der på hver deres måde er en opgradering af kendte overnatningsformer



Sejlbåd

- Parrene karakteriserer sejlbåden som anderledes, afstressende, intim, med små forhold, midt i naturen, og højt aktivitetsniveau
- Sejlbåden sammenlignes af testpersonerne med en campingferie pga. de små forhold, socialt fællesskab og det at være tæt på natur. Dog mere luksuriøst og komfortabelt
- Særligt velegnet til par
- 23% af danskerne er interesserede i sejlbåden. 22% er fortsat interesserede efter at være blevet præsenteret for den aktuelle pris for to overnatninger i højsæson. Det optimale prisinterval vurderes at være 1.600-2.300 kr.



Husbåd

- Husbåden karakteriseres af parrene som anderledes, intim, rolig, afstressende, med små forhold og høj grad af tosomhed, naturomgivelser og havudsigt
- Testpersonerne sammenligner husbåden med camping pga. de små forhold, faciliteterne og det at være tæt på naturen. Dog mere luksuriøst og bekvemt
- Særligt velegnet til par
- 46% af danskerne er interesserede i husbåden. 31% er fortsat interesserede efter at være blevet præsenteret for den aktuelle pris for to overnatninger i højsæson. Det optimale prisinterval vurderes at være 1.250-2.100 kr.



Luksushytte

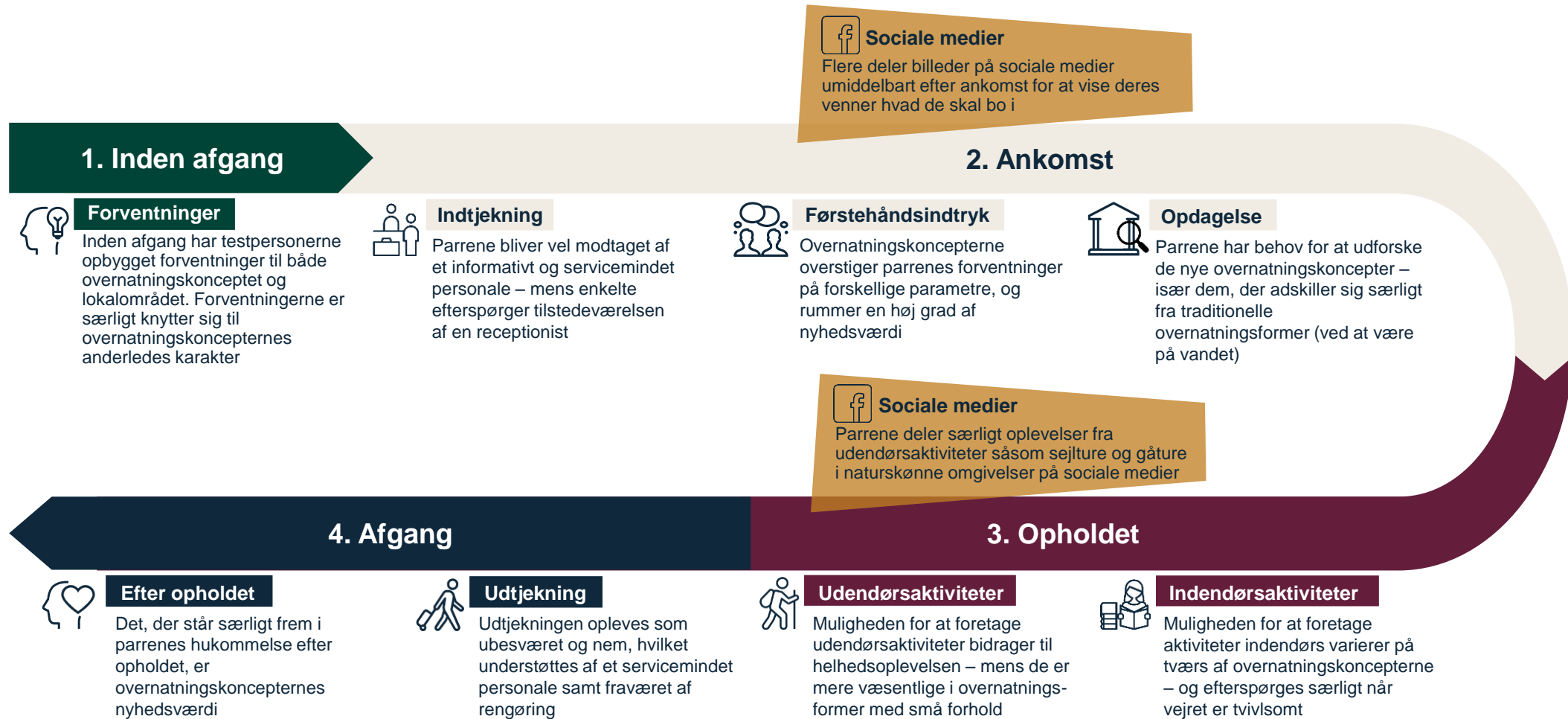
- Luksushytten karakteriseres af parrene som unik, eksklusiv, æstetisk, ordentlig, rolig, med høj grad af wellness, selvforkælelse, design, privatliv, afslapning og tosomhed
- Testpersonerne sammenligner luksushytten med et hotel pga. den høje grad af luksus og ordentligheden. Dog mere personligt, privat og jordnært
- Særligt velegnet til par
- 42% af danskerne er interesserede i luksushytten. 22% er fortsat interesserede efter at være blevet præsenteret for den aktuelle pris for to overnatninger i højsæson. Det optimale prisinterval vurderes at være 1.600-2.550 kr.



Strandhus

- Parrene karakteriserer strandhuset som romantisk, rustik, uforstyrret, gennemtænkt, stort, midt i naturen, og med høj grad af komfort og privatliv
- Strandhuset sammenlignes af parrene med et sommerhus pga. privatliv, hygge, afslapning, komfort. Dog endnu mere privat
- Særligt velegnet til børnefamilier og venner
- 56% af danskerne er interesserede i strandhuset. 20% er fortsat interesserede efter at være blevet præsenteret for den aktuelle pris for to overnatninger i højsæson. Det optimale prisinterval vurderes at være 1.650 kr. og 2.650 kr.

Brugerrejsen ifm. opholdet er inddelt i fire faser, der er illustreret nedenfor



Forventningerne til opholdene knytter sig både til overnatningsformerne og lokalområdet



Forventninger

- Testpersonerne forventer, at overnatningsformerne på forskellig vis vil være **nye og anderledes** end traditionelle overnatningsformer. Særligt parrene, der skal overnatte i sejl- og husbåden fremhæver en forventning om en speciel oplevelse, da de skal bo på vandet
- Ligeledes forventer testpersonerne, at overnatningsformerne vil skabe **gode rammer for afslapning og ro**, der kan give dem et afbræk fra hverdagen. De har forhåbninger om, at komme ned i gear, langt fra deres daglige rutiner
- Overnatningsformerne forventes ligeledes at fremstå **pæne og rene**, samt at indeholde alt hvad testpersonerne måtte have brug for på et sådant ophold
- Da de nye overnatningsformer alle er placeret i naturskønne områder, forventer testpersonerne at blive rigere på **smukke naturoplevelser**. Testpersonerne, der skal overnatte i sejl- og husbåden forventer specifikt at kunne nyde vandet og roen midt i naturen
- Mange af de testpersoner, der overnatter i strandhuset og sejlbåden forventer, at der vil være et **udbud af aktivitetsmuligheder** omkring overnatningsformen, henholdsvis ressortområdet og marinaen



Parrenes oplevelser

- *"Jeg forventer, at det er anderledes fra det vi plejer ved, at det er på en båd og er ret alternativt ift. et sommerhus og en campingvogn"* (Maria, 50-59 år, sejlbåd)
- *"Vi forventer en ferie hvor vi kan slappe af og komme væk fra vante omgivelser og dagligdagen"* (Lis, 60+ år, luksushytte)
- *"Vi forventer, at ferien bliver hyggelig, luksuriøs, lækker og med masser af familiesjov i gode og dejlige rammer. Jeg forventer også, at selve huset er luksuriøst, hyggeligt og moderne og at der er god plads til at boltre sig"* (Christian, 30-39 år, strandhus)
- *"Båden ser ikke så stor ud, nok 30 kvm. Der er tagterrasse – og solen skinner, så jeg forventer, at vi kan sidde ude, og komme tættere på naturen end i København"* (Hektor, 50-59 år, husbåd)

Testpersonerne forventer generelt, at niveauet af komfort vil være højt i de nye overnatningsformer



Sejlbåd

- Flere af testpersonerne i sejlbåden forventer, at overnatningsformen vil minde om de små forhold i en **campingvogn**. De forventer samtidig en højere grad af hygge og komfort



Husbåd

- Ét af parrene, der skal overnatte i husbåden forventer, at overnatningsformen vil minde om et **hotel** på baggrund af de faciliteter der følger med, men samtidig at den vil være mere slidt end et typisk hotelværelse
- To af parrene i husbåden forventer, at overnatningsformen vil minde om en **campinghytte**, grundet mindre forhold, men at der modsat en **campingvogn** vil være bl.a. sæbe og linned til rådighed



Luksushytte

- Parrene forventer, at denne overnatningsform vil være mere hyggelig og luksuriøs end faciliteterne på en traditionel **campingplads**



Strandhus

- Parrene, der skal overnatte i strandhuset forventer, at overnatningsformen vil minde om et traditionelt **sommerhus**. De forventer samtidig, at der vil være en højere grad af luksus og et større aktivitetsudbud



Parrenes oplevelser

- *"Jeg forventer, at det er anderledes og mere slidt end et almindelig hotelværelse fordi det er på en båd. Så forventer jeg, at alle de ting der almindeligt er på et hotel er tilgængeligt, såsom linned og sæbe"* (Peter, 40-49 år, husbåd)
- *"Jeg forventer, at huset adskiller sig ved, at det ikke er ligesom et hotel, hvor at man skal ud og spise hele tiden, men at man kan lave mad derhjemme og behøver ikke ud og lave ting, men at der er ting at lave i huset"* (Anna, 30-39 år, strandhus)
- *"Jeg forventer, at det bliver hyggeligt, afslappende, campingagtigt – men bare på en båd"* (Maria, 50-59 år, sejlbåd)
- *"Jeg forventer, at det er meget mere luksus end almindelig camping"* (Anne-Mette, 50-59 år, luksushytte)

Ankomsten til de nye overnatningsformer er præget af positiv overraskelse over forholdene



Indtjekning

- Parrene oplever generelt, at de bliver **vel modtaget** på campingpladserne og i lystbådehavnene. De fleste bliver modtaget af en venlig og imødekommende **receptionist** eller anden vært, mens de der ikke gør, udtrykker ærgrelse, da de havde en forventning om dette
- De fleste oplever, at de mødes af et **servicemindet** og **informativt** personale, der enten tilbyder rundvisninger eller udleverer brochurer om lokalområdet. Dette skaber en følelse af at blive **inkluderet** og få indblik i fællesskabet og mulighederne i lokalområde



Førstehåndsindtryk



- De nye overnatningsformer **overstiger testpersonernes forventninger**. Særligt parrene i luksushytten og strandhuset udtrykker entusiasme og overvældelse over eksklusiviteten, mens parrene i hus- og sejlbåden er overraskede over rummeligheden
- Overnatningsformerne rummer også en høj grad af **nyhedsværdi**, særligt hus- og sejlbåden, hvor man bor på vandet, og luksushytten, hvor man bor i en æstetisk, rund bygning, mens strandhuset minder mere om et traditionelt sommerhus



Opdagelse

- Ved ankomsten går testpersonerne på **opdagelse** for at udforske de nye overnatningsformers faciliteter, stemning og muligheder. Her er testpersonernes oplevelser præget af begejstring og interesse. Særligt i hus- og sejlbåden lader der til at være behov for at **akklimeres** sig og afstemme, hvordan det er at opholde sig på vandet



Parrenes oplevelser

- *"Vi har fået en rigtig god modtagelse. Personalet var meget imødekommende og venlige"* (Thorkil, 50-59 år, sejlbåd)
- *"Indtil nu er vi positivt overraskede. Man kan høre vandet fra spaen brumme. [...] Der er et lækkert udeområde hvor man virkelig kan nyde omgivelserne og hinanden"* (Anne-Mette, 50-59 år, luksushytte)
- *"Det er anderledes fordi det er noget andre ikke har gjort. Fysisk føles det ikke så anderledes, den vipper ikke rigtig eller noget. Det føles jo bare som en lille hytte og at sove i en almindelig seng, men mentalt er det anderledes fordi det er på vandet"* (Hektor, 50-59 år, husbåd)
- *"Huset overstiger helt sikkert vores forventninger. [...] Stemningen er rigtig rar og indbydende, så man kan komme helt ned i tempo og koble af"* (Anna, 30-39 år, strandhus)

Testpersonerne reflekterer ved ankomst over hvorledes koncepterne minder dem om traditionelle overnatningsformer



Sejlbåd

- De små forhold i sejlbåden skaber associationer til et **campingophold**, men vurderes af testpersonerne at rumme en højere grad af komfort og hygge. Særligt skaber det en hyggelig og rolig stemning, at overnatningsformen er på vandet i fredfyldte omgivelser, hvilket bidrager til at få parrene helt ned i gear



Husbåd

- Opholdet i husbåden minder parrene om et **campingophold**, grundet den begrænsede plads. Samtidig opleves husbåden at tilbyde en højere grad af komfort og luksus, bl.a. på grund af standen og det at have eget bad og køkken. Dette medvirker til en følelse af ro og afslapning i private omgivelser, der ikke findes i samme omfang på en campingferie



Luksushytte

- Luksushytten minder parrene om et **hotel** grundet de luksuriøse faciliteter. Boligen tilbyder samtidig mere private og personlige forhold, der skaber en mere hjemlig atmosfære og følelsen af at kunne være sig selv



Strandhus

- Strandhuset minder i høj grad parrene om et traditionelt **sommerhus**. Samtidig oplever de, at overnatningsformen tilbyder en højere grad af luksus og privatliv grundet husets størrelse, faciliteter og private grund. Dette medvirker til at skabe en følelse af ro til at nyde familiehyggen



Parrenes oplevelser

- *"Jeg vil tro, at det er dyrere end et almindeligt sommerhus, grundet den luksus og de aktiviteter huset byder på. Man betaler bl.a. for beliggenhed, altså det her med den private strand. Man får luksus såsom spaen, indretningen. Der er kælet for detaljen"* (Anna, 30-39 år, strandhus)
- *"Det særlige er, at det er på vandet, ellers er det meget lig en campingvogn med de minimalistiske rum"* (Maria, 50-59 år, sejlbåd)
- *"På et hotel opstår en passivitet, som et stop eller et sted hvor der kun overnattes – en slags vente-position. Her er vi tæt på naturen, i jordniveau. Det føltes som ens eget sted"* (Lene, 50-59 år, luksushytte)
- *"Det er overraskende så godt pladsen er udnyttet- Der er ikke den klaustrofobiske følelse, som man kan have i f.eks. campinghytter"* (Esben, 50-59 år, husbåd)

Opholdene tilbyder i varierende grad indendørs- og udendørsaktiviteter, der understøtter helhedsoplevelsen af opholdet



Indendørsaktiviteter

- Mulighederne for at lave **aktiviteter indendørs varierer** på tværs af overnatningsformerne. Der er begrænsede aktiviteter i sejl- og husbåden grundet små forhold og begrænsede faciliteter, mens strandhuset og luksushytten rummer flere muligheder
- Parrene i luksushytten oplever, at det **ikke er nødvendigt at forlade** hytten grundet dens mange luksuriøse faciliteter, mens strandhusets mere velkendte rammer og udbuddet af aktiviteter skaber et større behov for udforskning af nærområdet
- Overnatningsformerne skaber rum for ro, afslapning og dyrkning af **tosomheden** grundet graden af privatliv – dette gælder for alle overnatningsformerne



Udendørsaktiviteter



- De små forhold i sejl- og husbåd **øger behovet** for at opholde sig og foretage aktiviteter udendørs – både på bådens terrasse/dæk og i nærområdet. Oplevelsen af opholdet i disse to overnatningsformer er derfor i højere grad **underlagt eksterne forhold** såsom vind og vejr, hvorfor flere indendørsaktiviteter efterspørges i dårligt vejr
- Overnatningsformernes placering midt i **naturskønne omgivelser** er vigtige for helhedsoplevelsen, og bidrager til at skabe ro, afslapning og distancering til en stresset hverdag
- Opholdet i sejl- og husbåden højnes af indblikket i det uhøjtidelige og imødekommende **sejlmiljø**, der ligeledes medvirker til at skabe en ny og anderledes oplevelse



Parrenes oplevelser

- *”Vi har ikke brugt tilbuddene til andre aktiviteter. Vi savnede det ikke og havde nok i de tilbud, der findes i overnatningsformen. Hvis opholdet havde varet længere, havde vi nok udforsket omgivelserne”* (Lis, 60+ år, luksushytte)
- *”Der er ikke et opholdssted, hvis der er dårligt vejr. [...] Vi er sikre på, at en uge bliver for kedeligt for os. Så skal der være mere at lave”* (Laura, 40-49 år, sejlbaad)
- *”Det, der overraskede mig mest positivt var selve naturen i lokalområdet. Det var rigtig flot. [...] Huset lå meget øde, der var ikke mange andre sommerhuse, man var bare alene midt i naturen”* (Anna, 30-39 år, strandhus)
- *”Det er en kombination af sejler- og campingmiljø. Folk er venlige og anderledes service-mindede end i byen. Der er tid til at snakke. Det er uhøjtideligt”* (Esben, 50-59 år, husbåd)

Testpersonerne reflekterer over, hvad overnatningsformerne kan sammenlignes med



Sejlbåd

- Sejlbåden minder parrene om en **campingferie**, idet den råder over et begrænset antal kvm. Dette bidrager til en nærhed og intimitet, men øger samtidig behovet for udendørsaktiviteter når vejret er tvivlsomt. Sejlermiljøet i marinaen skaber associationer til det sociale fællesskab på en campingplads, men adskiller sig samtidig ved at være mere uhøjtideligt og inkluderende



Husbåd

- Husbåden har egne bade- og toiletfaciliteter, hvilket skaber associationer til et **hotel**, og en følelse af ro og privatliv. Parrene oplever, at husbåden minder om en **campingferie** grundet de små forhold samt det sociale fællesskab i marinaen. De oplever samtidig, at båden er mere rummelig og fællesskabet mindre højtideligt end på en campingplads



Luksushytte

- Parrene oplever, at luksushytten tilbyder luksuriøse inden- og udendørsfaciliteter som på et **hotel**, hvilket bidrager til en eksklusivitet. De private rammer skaber en følelse af ro og afslapning, og parrene mærker ikke, at de er på en campingplads



Strandhus

- Parrene oplever, at strandhuset emmer af hygge som et klassisk **sommerhus**, hvilket bidrager til en afslappet stemning. Til trods for, at der er køkken i alle flere af de andre overnatningsformer, så oplever særligt parrene i strandhuset, at dette indbyder til madlavning som i et sommerhus



Parrenes oplevelser

- *"Jeg tror camping-miljøet er noget lignende. Det er også mindre forhold. Og folk vil også gerne hinanden. Så lidt det samme bortset fra lyden af vandet under dig"* (Thorkil, 50-59 år, sejlbåd)
- *"Det er anderledes end telt, fordi alt er her. Man har eget bad, toilet og køkken. På den måde er det luksus – som et hotel på en campingplads. Og mere luksuriøst end en campingvogn"* (Esben, 50-59 år, husbåd)
- *"Jeg ville sammenligne det med en almindelig sommerhustur – her er der bare mere luksus, det er bedre indrettet og du har alle de her aktiviteter som et almindeligt sommerhus ikke har – både i huset og på pladsen"* (Sarah, 40-49 år, strandhus)
- *"Den bedste oplevelse var at sidde i badet i efterårsvejr. Vi mærkede ikke, at vi var på en campingplads. Der var fuldstændig ro"* (Lene, 50-59 år, luksushytte)

Afgangen fra overnatningsformerne er ubesværet – og den generelle helhedsoplevelse tegner et billede af en opgradering af det velkendte



Udtjekning

- De fleste par oplever, at udtjekningen er **ubesværet og nem**. Dette tilskrives særligt **fraværet af rengøringspligt**, samt det venlige og **servicemindede** personale, der bidrager til en god helhedsoplevelse
- Særligt de par, der havde en enkelt overnatning i de nye overnatningsformer, anser opholdet som værende **for kort**. De oplever, at den praktiske og mere stressende tid brugt på transport til og udforskning af overnatningsformen, begrænser tiden til blot at slappe af og nyde faciliteterne og roen. Dette bidrager til en ærgrelse blandt flere par
- Nogle oplever, at et **tidligt udtjekningstidspunkt** skaber en **forhastet morgen**, der begrænser muligheden for at udnytte overnatningsformens faciliteter på sidste dagen. Dette bidrager til ærgrelse og uforståenhed overfor det tidlige tidspunkt for udtjekning



Efter opholdet

- Den efterfølgende helhedsoplevelse knytter sig særligt til overnatningsformernes **anderledes** karakter. Særligt de par, der overnattede i luksushytten, sejlbåden, fremhæver **nyhedsværdien** i overnatningsformerne (i.e. luksushyttens design og det at bo på vandet), hvilket skaber entusiasme
- Det står ligeledes frem i hukommelsen, at overnatningsformerne udgjorde **opgraderinger af traditionelle overnatningsformer**. De var på hver deres måde en mere eksklusiv, komfortabel og mere privat udgave af det velkendte, hvilket bidrager til en højere grad af selvforkælelse og entusiasme



Parrenes oplevelser

- *”Man kommer bare med sin taske, så er man i det, og så tager man afsted igen – ingen rengøring”* (Lene, 50-59 år, luksushytte)
- *”Så forlader vi det igen – lige et sidste kig udover vandet, og så er det hjemad. Vi har nydt det. [...] Og så skal vi sige farvel til vores venlige værter”* (Hektor, 50-59 år, husbåd)
- *”Vi skal tjekke ud kl. 11 og svømmehallen åbner først kl. 10, så vi håbede lige, at vi kunne have nået det. Udtjekning er tidligt, så man kan ikke nå noget på den sidste dag – specielt ikke når man har børn, der skal spise”* (Franciska, 30-39 år, strandhus)
- *”Derefter tog vi af sted, med en følelse af at tage afsked med en masse nye og gode venner. Det har for os, været en fantastisk givende oplevelse”* (Thorkil, 50-59 år, sejlbåd)

Forventningen om en ubesværet udtjekning som på et hotel er migreret til de nye overnatningsformer, der i høj grad lever op til forventningerne



Sejlbåd

- Parrene oplever generelt, at sejlbåden fremstår som en opgradering af **campingferien** på grund af den øgede grad af komfort og tilstedeværelsen af eget køkken og bad. Samtidig tilbyder båden en anderledes karakter ved at være på vandet



Husbåd

- Parrene oplever, at udtjekningen fra husbåden minder om udtjekningen fra et **hotel** grundet den ubesværede oplevelse samt det venlige og servicemindedede personale
- Parrene oplever generelt, at husbåden fremstår som en opgradering af **camping- og sommerhusferien** idet man har færre pligter og øget komfort



Luksushytte

- Udtjekningen fra luksushytten associeres i høj grad med udtjekningen fra et **hotel** grundet den ubesværede og servicemindedede oplevelse. Parrene oplever generelt, at luksushytten fremstår som en opgradering af et **hotellophold** grundet de luksuriøse forhold, høje serviceniveau og fraværet af pligter



Strandhus

- Parrene oplever generelt, at strandhuset fremstår som en opgradering af det traditionelle **sommerhus** grundet fraværet af pligter og rengøring ved udtjekning. Ligeledes var udtjekningen hurtig og ubesværet



Parrenes oplevelser

- *"Det har været anderledes end camping og sommerhus, hvor man har mange gerninger. [...] Man betaler for at overnatte som på et hotel, men det er billigere. Det er for campingmennesker, der har udviklet sig"* (Hektor, 50-59 år, husbåd)
- *"Det var dejligt ikke at skulle gøre rent eller ordne praktiske ting. På den måde var det lidt som et hotel. Man kom bare, og så tog man afsted igen uden at skulle gøre noget. Der var et højt serviceniveau"* (Lis, 60+ år, luksushytte)
- *"Vi [blev] nødt til at begynde at pakke sammen. Det var vi ikke så glade for at skulle. Til gengæld var det hurtigt overstået. Også nøgleaflevering varede under 1 minut"* (Luca, 50-59 år, strandhus)
- *"Man får hele det her miljø omkring båden. Jeg tror det er dyrere end at tage på camping, men jeg ville vælge båden pga. det oplevelsesmæssige"* (Thorkil, 50-59 år, sejlbåd)

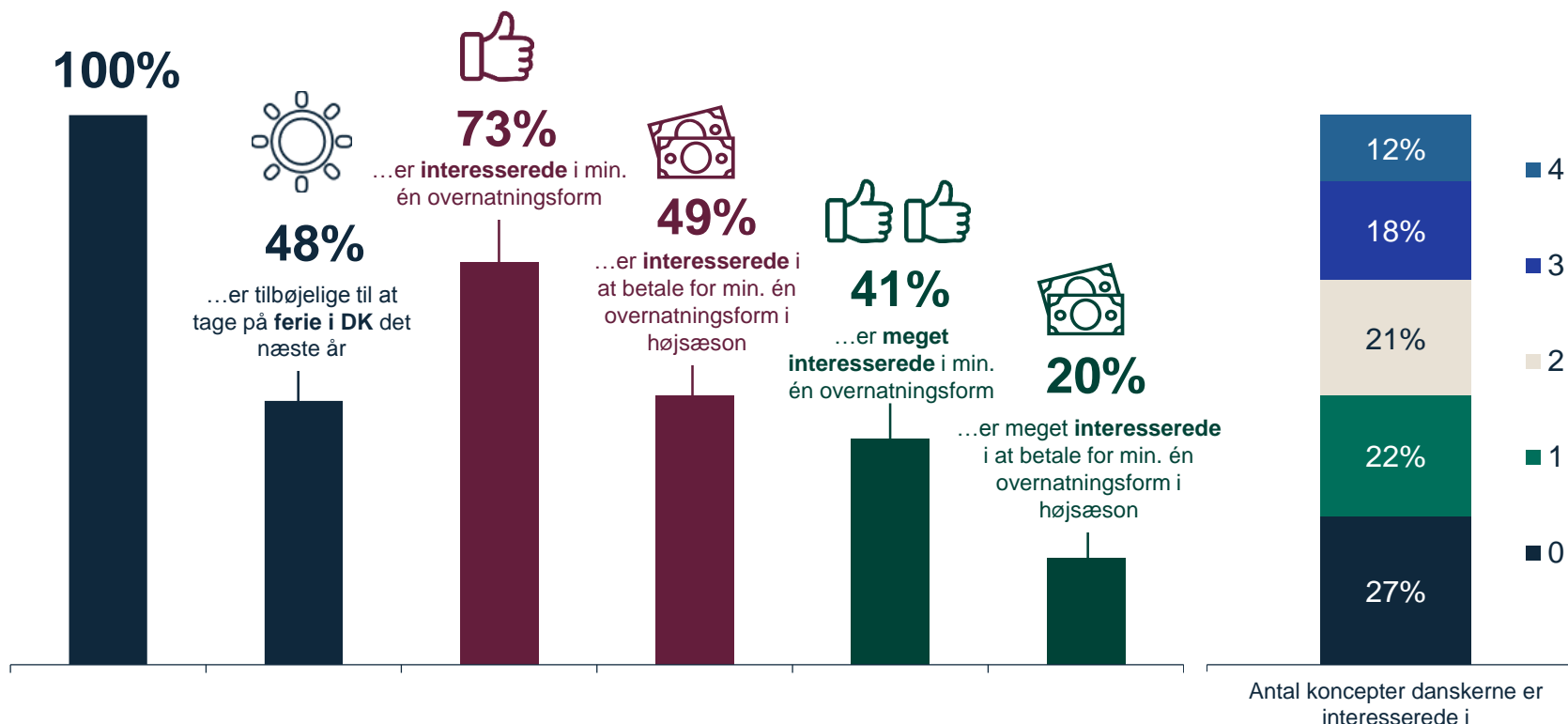
Kvantitativ koncepttest

73 % af danskerne er interesserede i de nye overnatningsformer – heriblandt en stor del, som ellers ikke havde tænkt sig at tage på ferie i Danmark

Kommentar

- Knap halvdelen (48 %) af alle danskere på 18 år eller derover siger, at det er sandsynligt, at de vil tage på ferie med minimum to betalte overnatninger i Danmark det næste år
- Når danskerne præsenteres for de nye overnatningsformer svarer hele 73 %, at de er **interesserede** i mindst én af de fire. Med andre ord synes de nye overnatningsformer at gøre flere interesserede i at holde ferie i Danmark
- Interessen daler en smule, når danskerne oplyses om prisen på de nye overnatningsformer. Knap halvdelen er dog interesserede i min. én af overnatningsformerne ved nuværende pris i højsæson
- Hele 41 % af danskerne er **meget interesserede** i mindst én af overnatningsformerne uden at kende prisen. Også blandt denne gruppe daler interessen, når danskerne hører prisen for et ophold. Det er dog stadig hver femte dansker, der er meget interesseret i at betale den nuværende pris for mindst én af de fire overnatningsformer

Hvor mange danskere er potentielt i målgruppen for nye overnatningsformer?



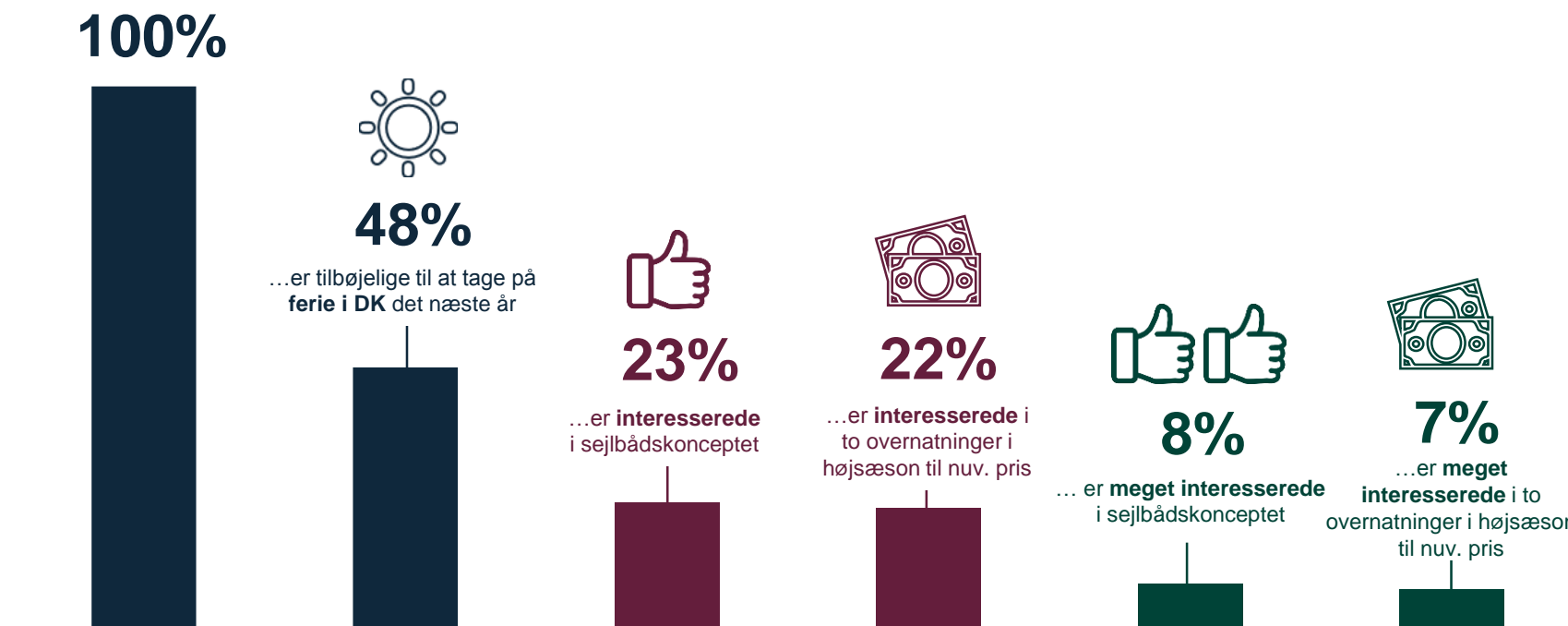


22 % af danskerne er interesserede i sejlbådskonceptet til nuværende pris

Kommentar

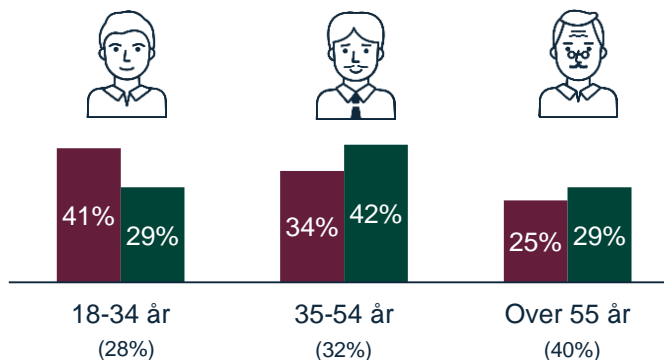
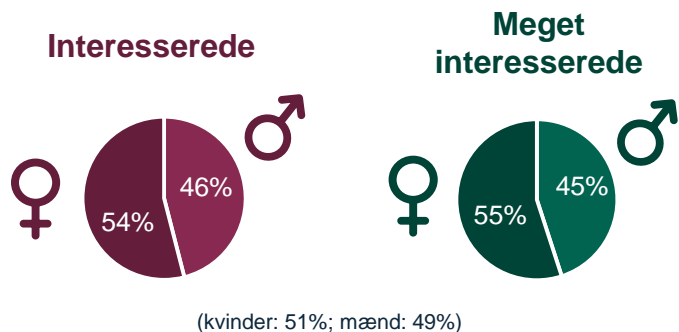
- Knap halvdelen (48 %) af alle danskere over 18 år siger, at det er sandsynligt, at de vil tage på ferie med minimum to betalte overnatninger i Danmark det næste år
- Når vi præsenterer danskerne for billeder af en sejlbåd som koncept, er 23 % **interesserede** uden at kende til prisen for et ophold
- Oplysning om prisen for to overnatninger har stort set ikke betydning for danskernes interesse – 22 % er fortsat interesserede i at betale den nuværende pris for to overnatninger i højsæson
- En mindre del af de interesserede danskere siger endda, at de er **meget interesserede** i at overnatte på en sejlbåd. Denne gruppe udgør 8% af alle danskere. Også her virker prisen til at stemme godt overens med målgruppens forventninger – 7 % af danskerne er meget interesserede i to overnatninger til den nuværende pris

Hvor mange danskere er potentielt i målgruppen for et ophold på en sejlbåd?





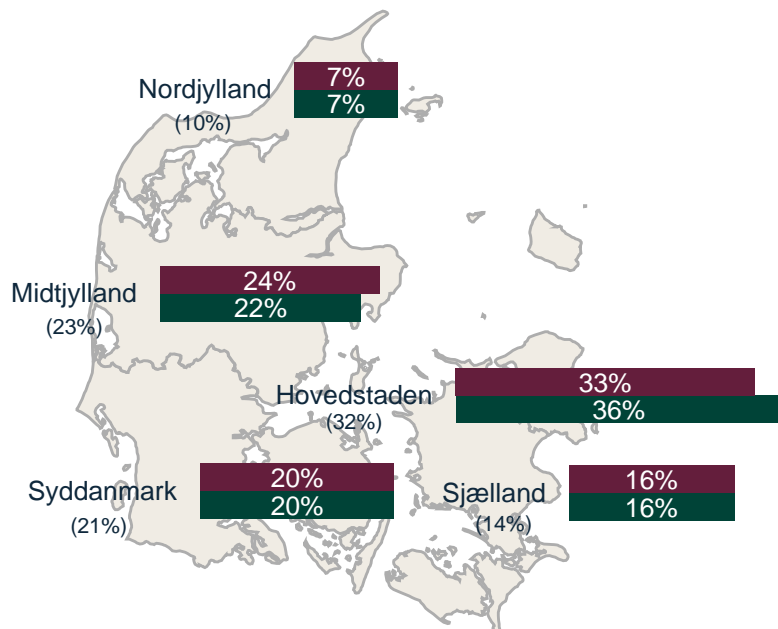
Hvem er målgruppen for sejlbådskonceptet?



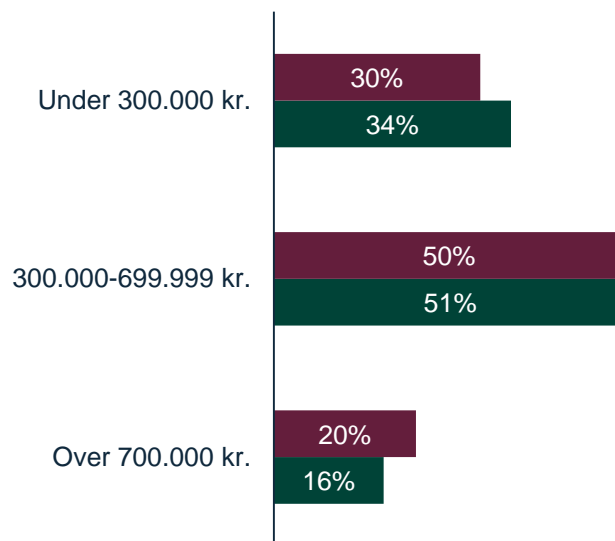
Målgruppestørrelse

23 % er interesserede

8 % er meget interesserede



Husstandens årsindkomst (brutto)



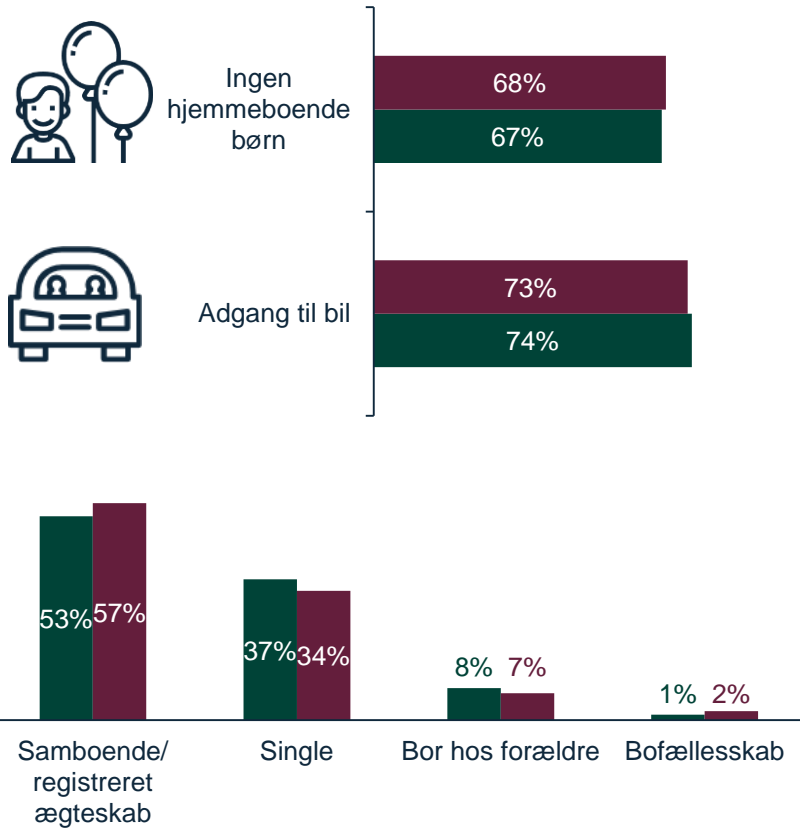
Kommentar

- 42 % af de danskere, som er meget interesserede er 35-54 år
- Kvinderne er generelt en smule mere interesserede i sejlbådskonceptet end mændene. Blandt de meget interesserede er 55 % kvinder
- Samtidig er interessen for sejlbådskonceptet størst i Region Hovedstaden og Midtjylland
- Sejlbådskonceptet er særligt interessant for den mellemste indkomstgruppe med en årsindkomst på 300.000-699.999 kr. Gruppen af danskere med en årsindkomst for husstanden over 700.000 kr. er mindre repræsenterede blandt de interesserede

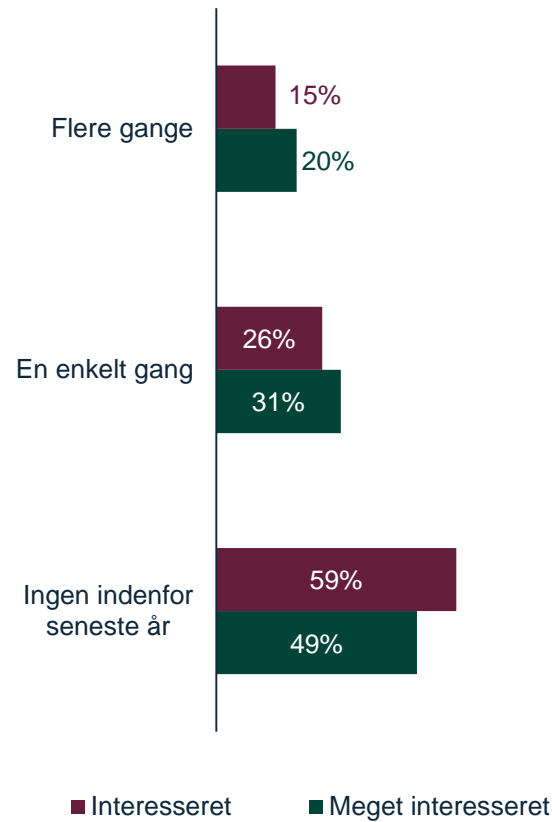


Hvem er målgruppen for sejlbådskonceptet?

Hjemmeboende børn, adgang til bil og civilstatus



Ferie: Hvor ofte har du lejet en feriebolig i DK indenfor det seneste år, hvor du betalte for min. to overnatninger?



Kommentar

- Størstedelen af de danskere, der er interesserede i sejlbådskonceptet, har ikke hjemmeboende børn. Over halvdelen har en samlever eller er gift
- Størstedelen af de interesserede har adgang til bil. En femtedel af de meget interesserede har været på ferie flere gange det seneste år.



”Vi tænker, at det vil være oplagt for par, der enten er nyforelskede og bare vil nyde hinandens selskab, eller dem der – efter børnene er flyttet hjemmefra – vil ’finde’ hinanden igen. Det egner sig ikke til børn. Så skulle det i hvert fald være større børn” (Maria, 50-59 år)

”Vi ville til enhver tid gøre det igen – også med børn. De ville have haft en fantastisk weekend derude” (Thorkil, 50-59 år)

”Der var ingen indkøbsmuligheder, så vi kørte ind og handlede i en by i nærheden – så man skal have en bil for at købe ind” (Thorkil, 50-59 år)



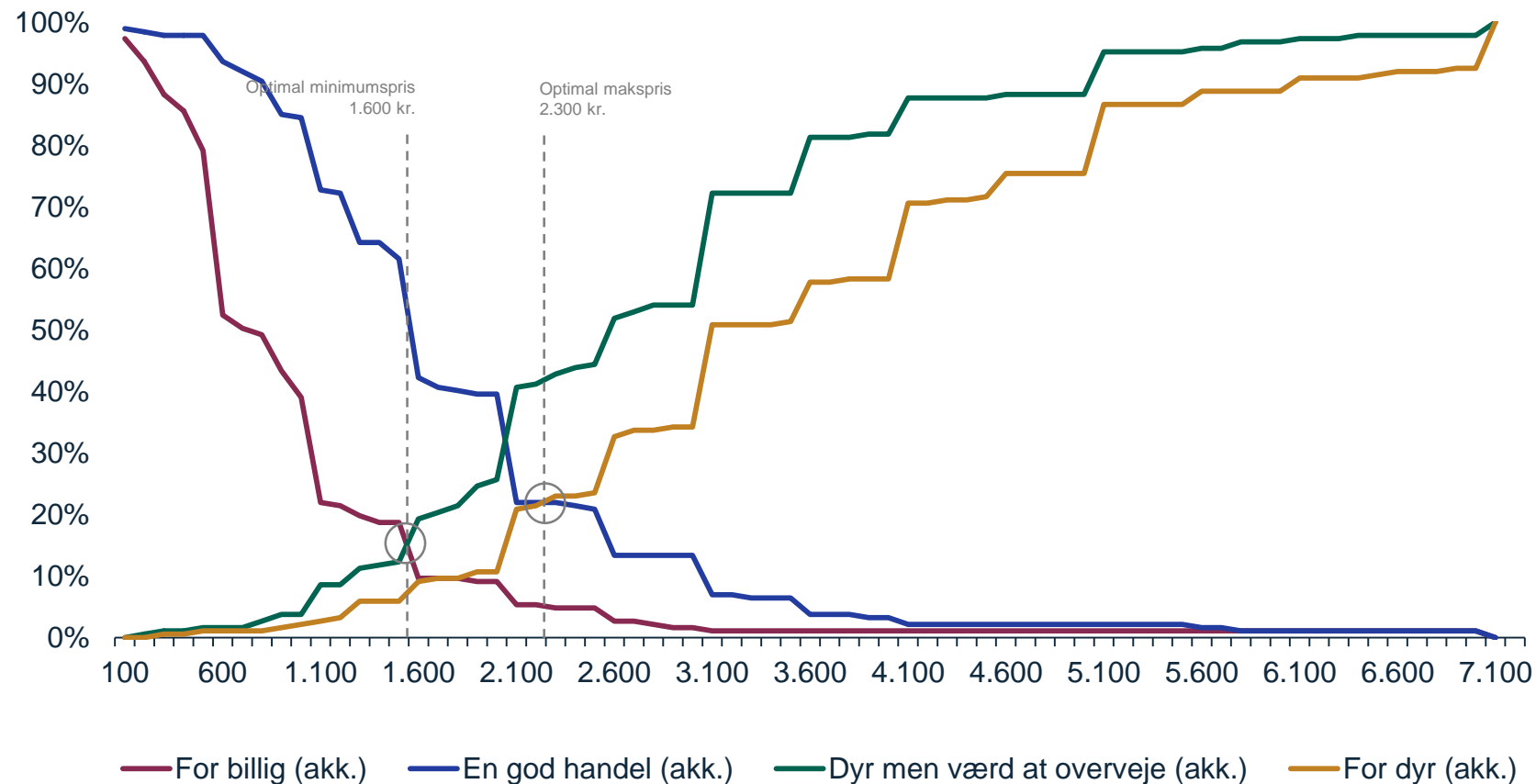
Danskernes betalingsvillighed for to overnatninger på en sejlbåd i højsæsonen er 1.600-2.300 kr.

Kommentar

Figuren viser, at danskernes betalingsvillighed for to overnatninger på en sejlbåd i højsæsonen svinger mellem 1.600 kr. og 2.300 kr. Dette er med andre ord det optimale prisinterval i højsæsonen, hvis man ønsker at ramme den brede gruppe af danskere, der er interesserede i at betale for et ophold på en sejlbåd i Danmark.

“
Jeg vil forvente at det koster et par tusinde for et weekendophold, måske mindre. Man får jo ikke servicering og måltider, men man får hele det her miljø omkring båden, alle mulighederne. Jeg tror det er dyrere end at tage på camping, men jeg ville vælge båden pga. det oplevelsesmæssige (Thorkil, 50-59 år)

Målgruppens betalingsvillighed i højsæsonen for to overnatninger på sejlbåd

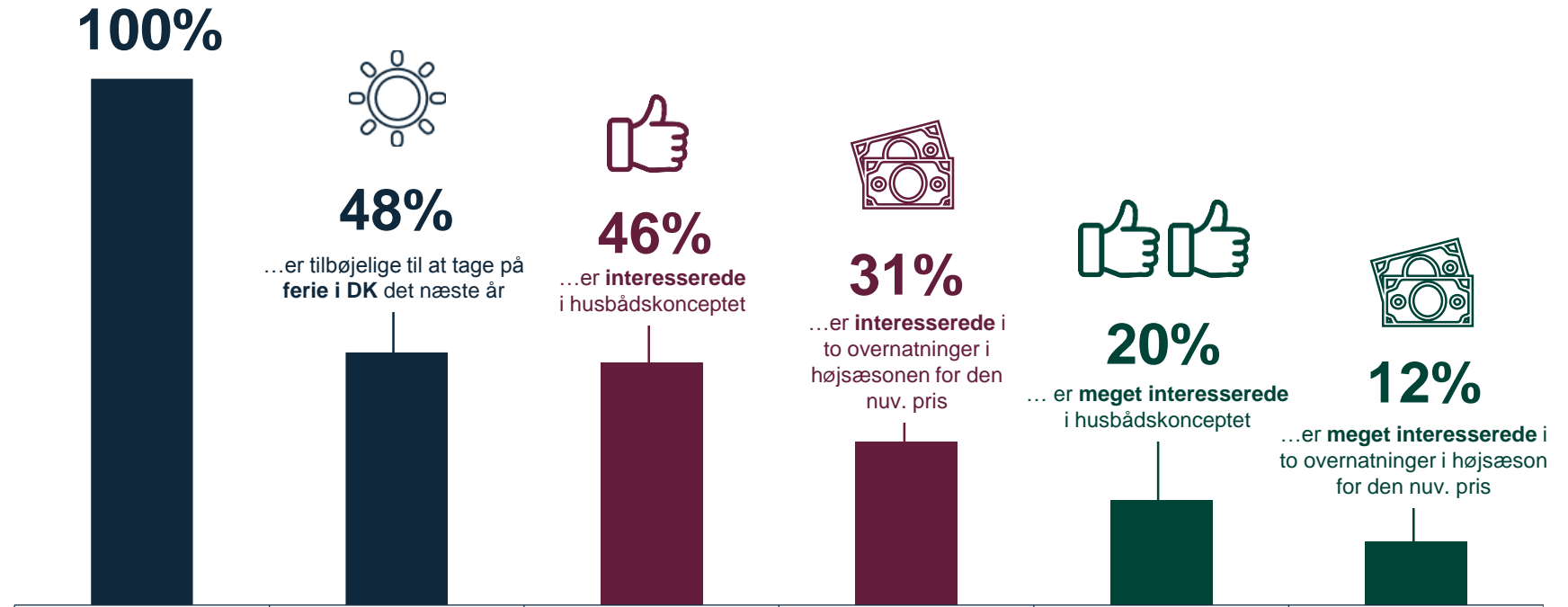


31 % af danskerne er interesserede i husbådskonceptet til nuværende pris

Kommentar

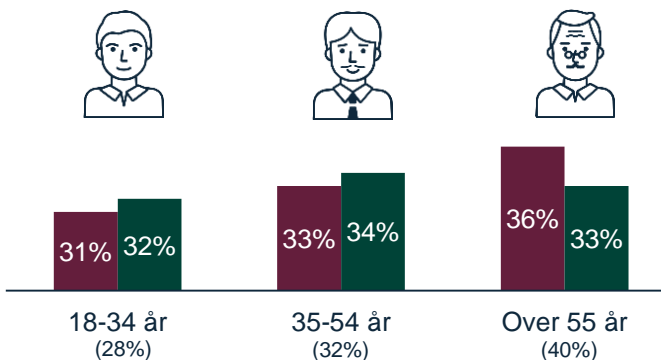
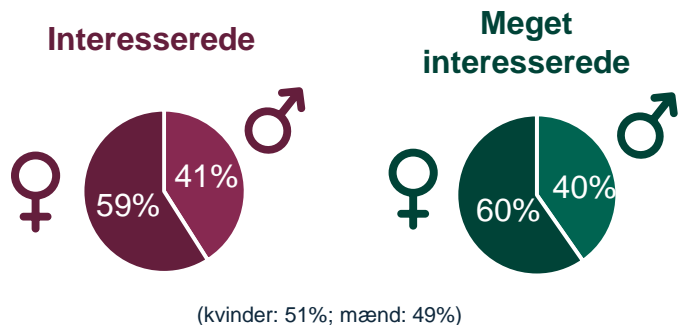
- Knap halvdelen (48 %) af alle danskere over 18 år siger, at det er sandsynligt, at de vil tage på ferie med minimum to betalte overnatninger i Danmark det næste år
- Når vi præsenterer danskerne for billeder af en husbåd som koncept, er hele 46 % **interesserede** i et ophold uden at kende til prisen
- Oplysning om prisen for to overnatninger gør, at der er færre, der er interesserede. 31 % er dog fortsat interesserede og er villige til at betale den nuværende pris for to overnatninger på en husbåd i højsæsonen
- En mindre del af de interesserede danskere siger endda, at de er **meget interesserede** i en husbåd. Denne gruppe udgøres af hver femte dansker. Også her sænkes interessen en smule, når prisen er oplyst. Hele 12% af danskerne er dog meget interesserede i to overnatninger til nuværende pris

Hvor mange danskere er i målgruppen for et ophold på en husbåd?





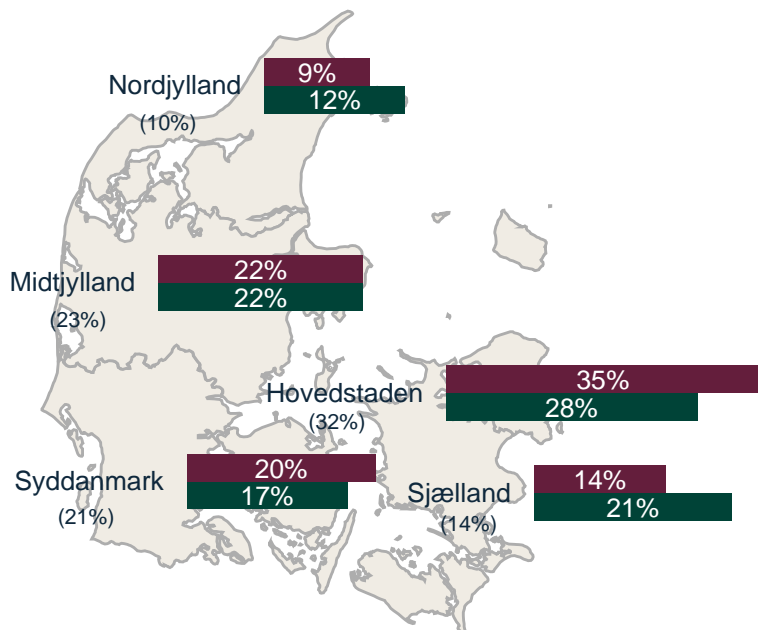
Hvem er målgruppen for husbådskonceptet?



Målgruppestørrelse

- 👍 **46 % er interesserede**
- 👍👍 **20 % er meget interesserede**

Husstandens årsindkomst (brutto)



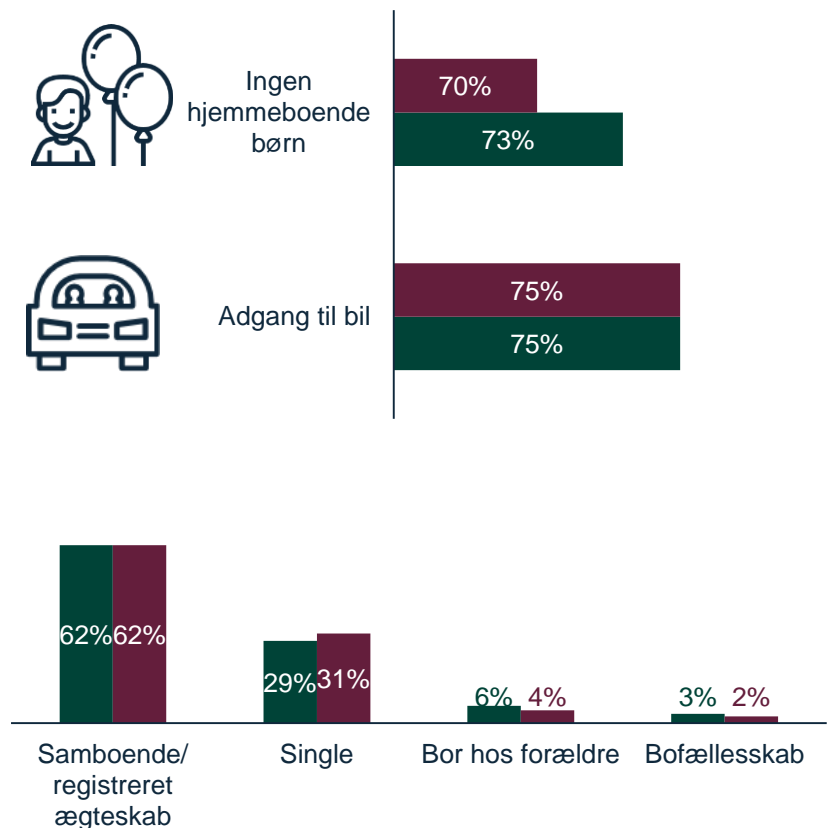
Kommentar

- Kvinderne er mere interesserede i husbådskonceptet end mændene. Blandt dem, der er meget interesserede, er 60 % kvinder
- I gruppen af interesserede er der flest fra København. Derudover er der i Midtjylland og Sjælland særligt mange, der er meget interesserede i husbådskonceptet
- Der er interesse på tværs af alder og indkomst. Det er dog særligt den mellemste indkomstgruppe, der tjener mellem 300.000-699.999 kr. om året, der er repræsenteret blandt de interesserede

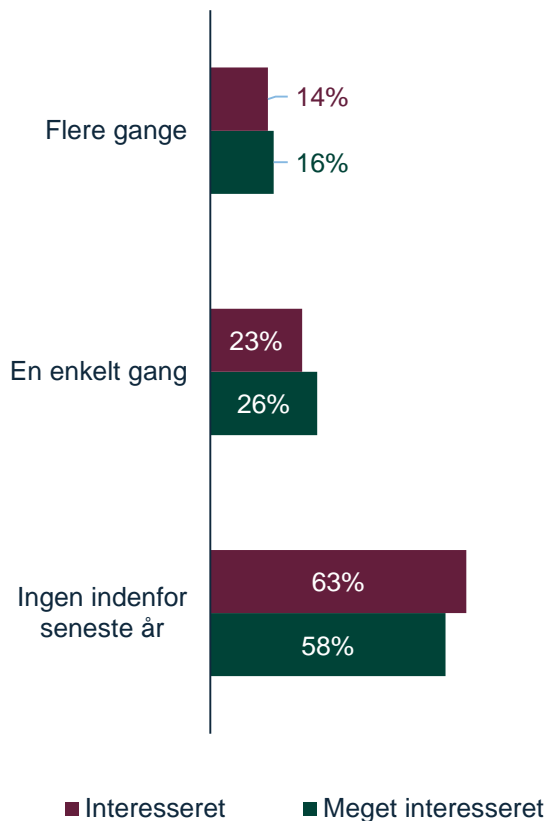


Hvem er målgruppen for husbådskonceptet?

Hjemmeboende børn, adgang til bil og civilstatus



Ferie: Hvor ofte har du lejet en feriebolig i DK indenfor det seneste år, hvor du betalte for min. to overnatninger?



Kommentar

- Det er særligt par uden hjemmeboende børn og med adgang til bil, som er interesserede i husbådskonceptet
- 62 % af de interesserede danskere har en samlever eller er gift



"Husbåden var kun til to personer, og vores børn er næsten voksne, så de vil nok hellere tage dertil med kæresten. Man kunne sagtens forestille sig, at det kunne bruges som weekenddate for et ungt par"
(Hektor, 50-59 år)

"Det er til par uden børn, for der er jo ikke så meget plads til at have børn med. Men der er potentialer for udvidelse, for der er jo familier for hvem svømning, vand og strand er det essentielle, og som det måske ville egne sig rigtig godt til" (Esben, 50-59 år)

Danskernes betalingsvillighed for to overnatninger på en husbåd i højsæsonen svinger mellem 1.250 og 2.100 kr.

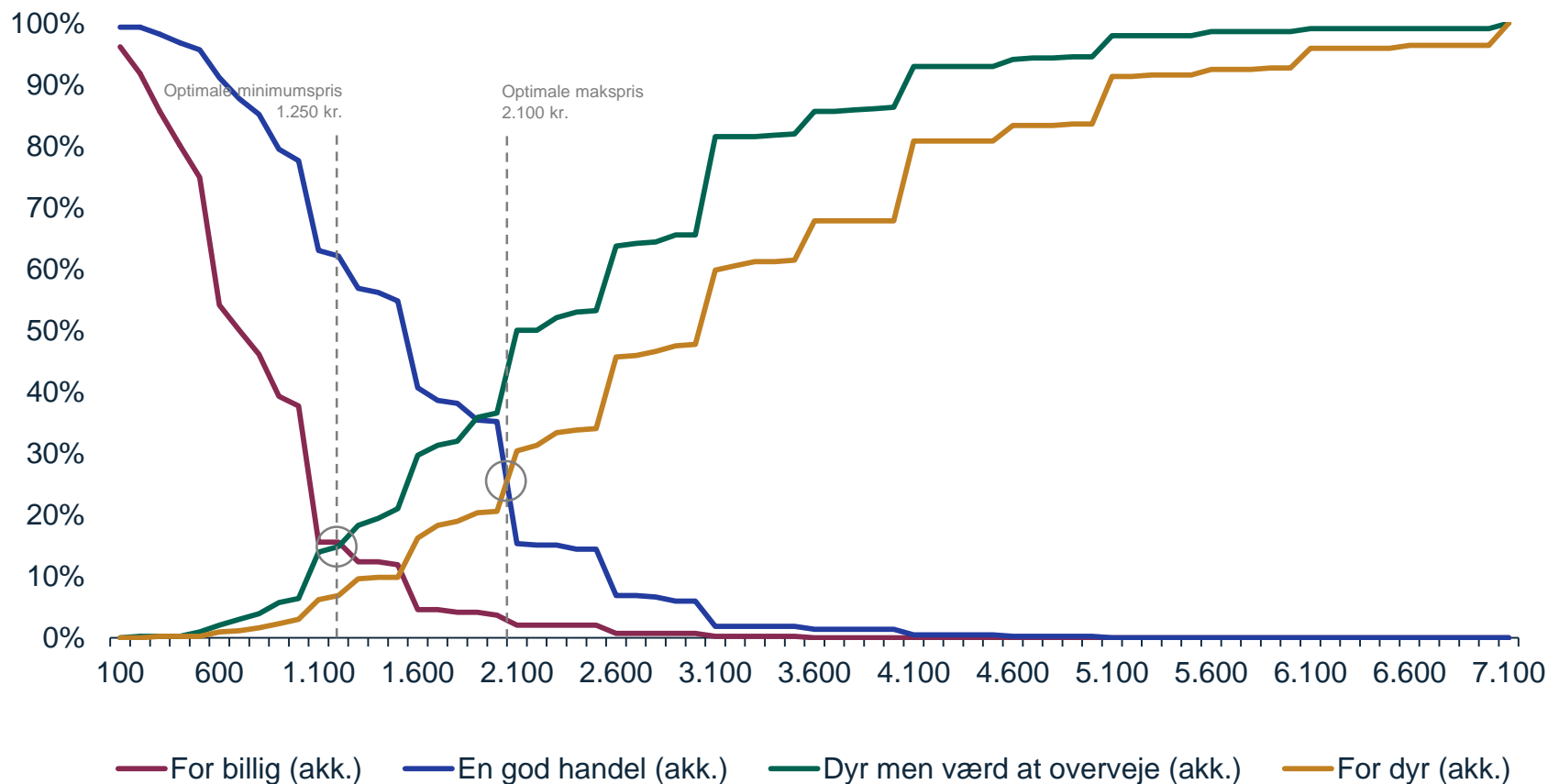
Kommentar

Figuren viser, at danskernes betalingsvillighed for to overnatninger på en husbåd i højsæsonen svinger mellem 1.250 kr. og 2.100 kr. Dette er med andre ord det optimale prisinterval i højsæsonen, hvis man ønsker at ramme den brede gruppe af danskere, der er interesserede i at betale for et ophold på en husbåd i Danmark.



Vi ved, hvad det koster for to overnatninger, og det tænker jeg ikke er voldsomt. Det er jo billigere end et hotel. Man betaler for at overnatte som på et hotel og så får man det ekstra, at det er på vandet og de campingfaciliteter, der følger med og at man så har eget toilet og køkken (Hektor, 50-59 år)

Målgruppens betalingsvillighed i højsæsonen for to overnatninger på husbåd



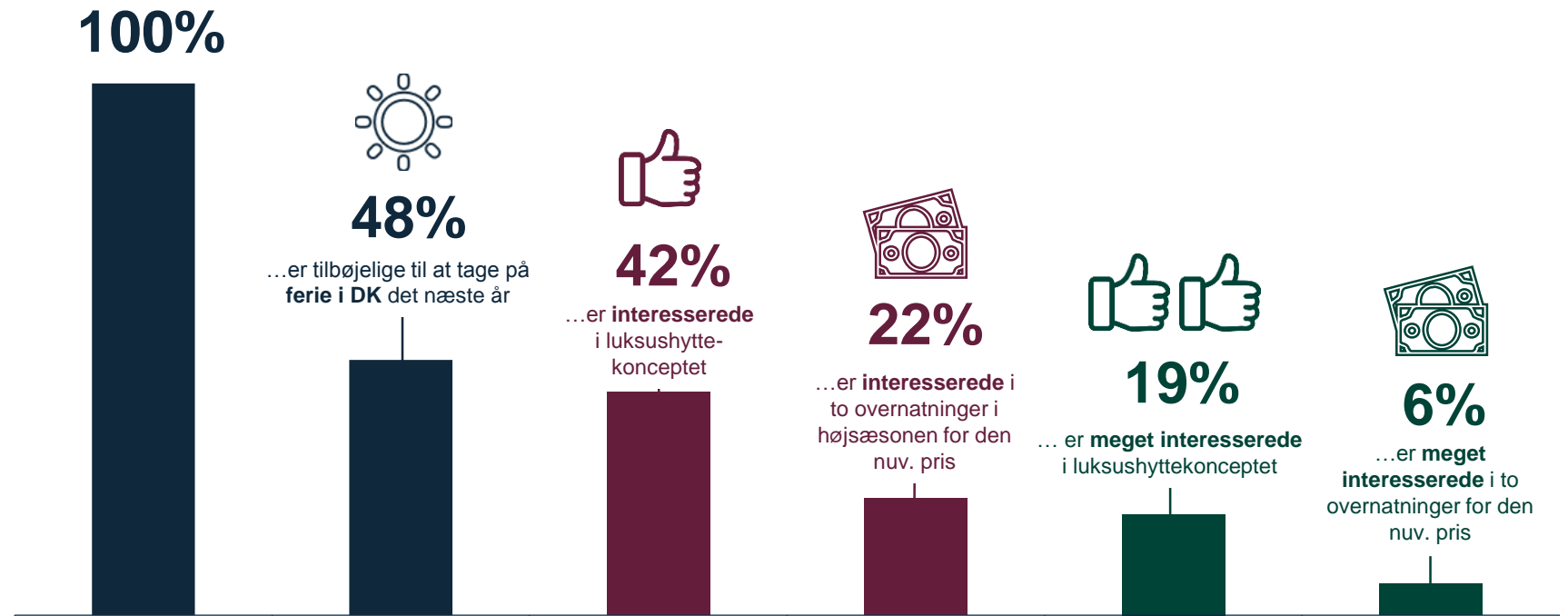


En stor del af danskerne er interesserede i luksushytteteknceptet – 22% er interesserede i luksushytten til nuværende pris

Kommentar

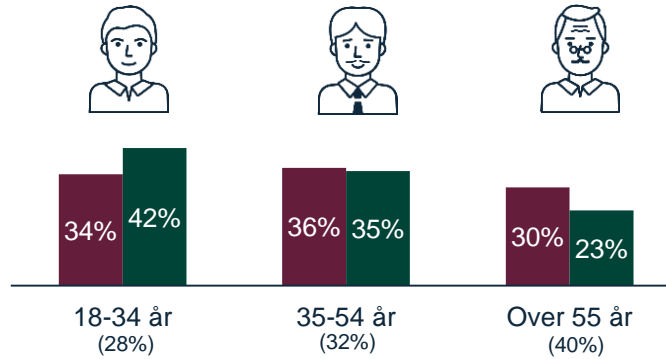
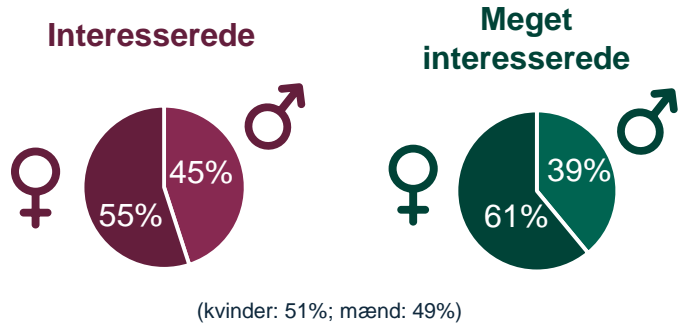
- Knap halvdelen (48 %) af alle danskere over 18 år siger, at det er sandsynligt, at de vil tage på ferie med minimum to overnatninger i Danmark det næste år
- Når vi præsenterer danskerne for billeder af luksushytten er hele 42 % **interesserede**, når de ikke kender prisen for et ophold
- Oplysning om prisen for to overnatninger skiller en del af de interesserede fra. Det er dog fortsat 22 % af danskerne, der er interesserede i at betale den nuværende pris for to overnatninger i luksushytten i højsæson
- En mindre del af de interesserede danskere siger endda, at de er meget interesserede i luksushytten inden de kender prisen. Denne gruppe udgør 19 % af alle danskere. Samtidig er der 6 % af danskerne, som er meget interesserede i to overnatninger til nuværende pris

Hvor mange danskere er potentielt i målgruppen for et ophold i en luksushytte?





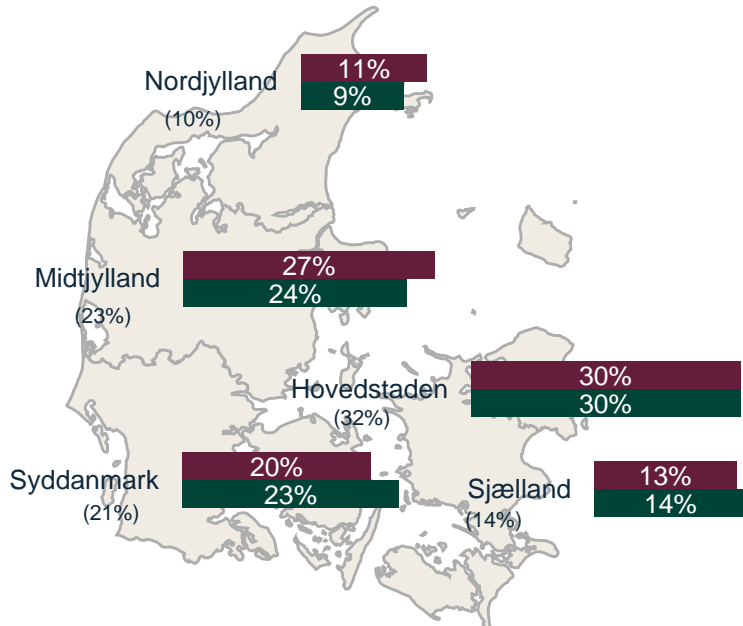
Hvem er målgruppen for luksushyttekonceptet?



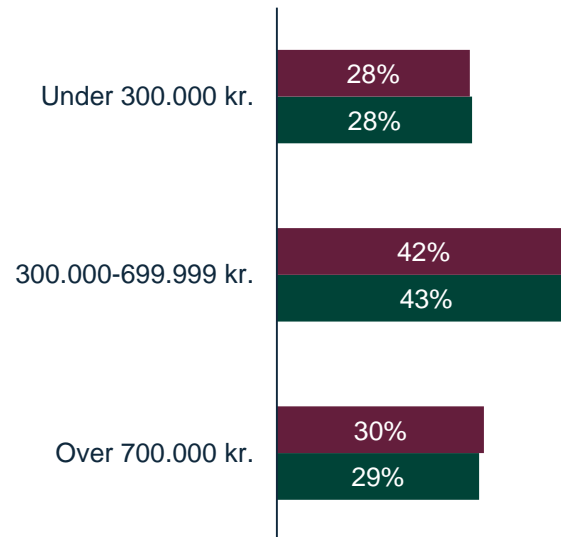
Målgruppestørrelse

42 % er interesserede

19 % er meget interesserede



Husstandens årsindkomst (brutto)

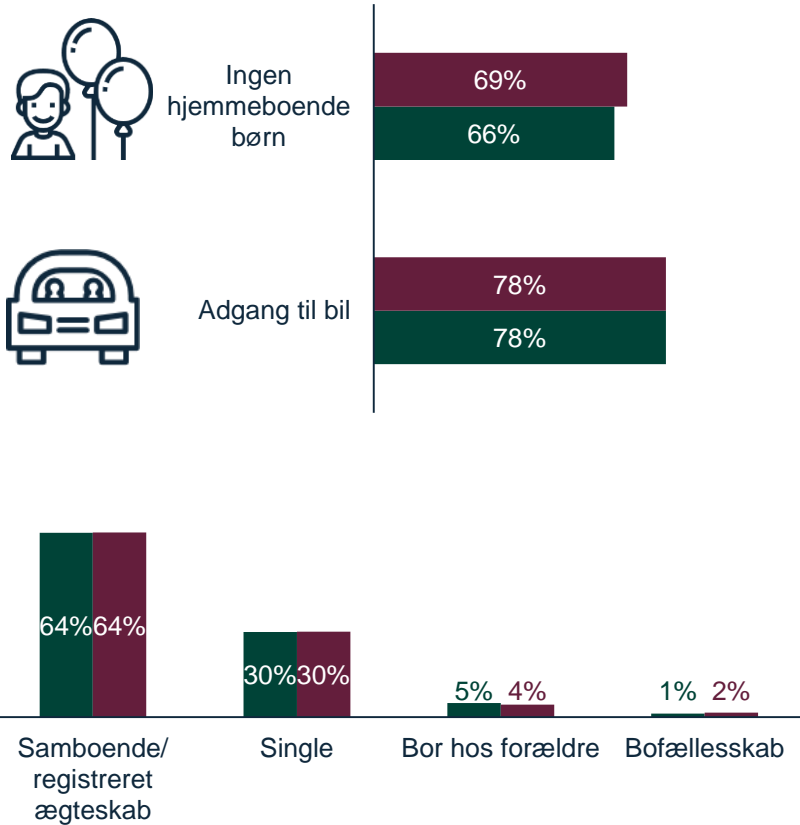


Kommentar

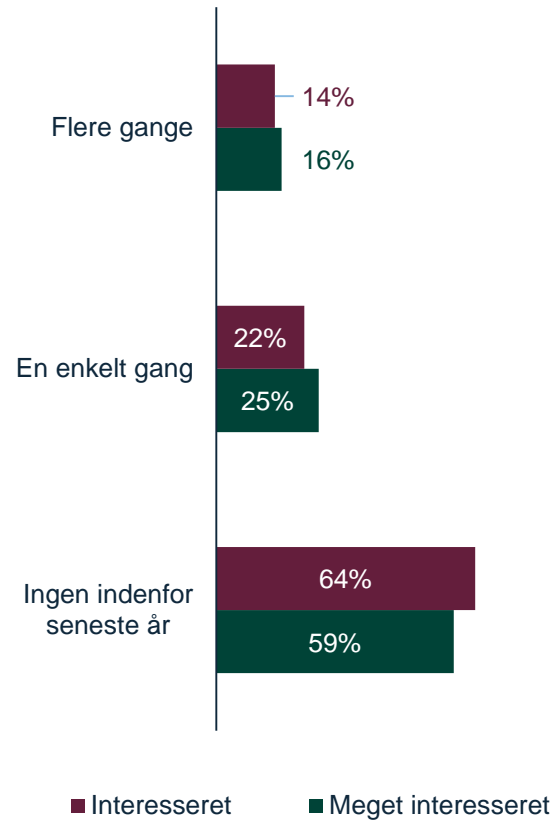
- Kvinderne er mere interesserede i luksushyttekonceptet end mændene. Blandt dem, der er meget interesserede, er 61 % kvinder
- Det er særligt de unge mellem 18-34 år, der er meget interesserede i et ophold. Blandt denne gruppe er det kun 23 %, der er over 55 år
- Størstedelen af de interesserede bor i Hovedstaden eller Midtjylland
- Der er interesse på tværs af indkomstgrupperne. Det er dog særligt den mellemste indkomstgruppe, der tjener mellem 300.000-699.999 kr. om året, der er repræsenteret blandt de interesserede

Hvem er målgruppen for luksushyttekonceptet?

Hjemmeboende børn, adgang til bil og civilstatus



Ferie: Hvor ofte har du lejet en feriebolig i DK indenfor det seneste år, hvor du betalte for min. to overnatninger?



Kommentar

- Det er særligt par uden hjemmeboende børn og med adgang til bil som er interesserede i luksushyttekonceptet
- Størstedelen af de interesserede har enten en samlever eller er gift



”Det er meget en par-hytte” (Lis, 60+ år)

”Det er meget romantisk, så har anbefalet det til par og ikke til veninder og familier. Materialerne og udformningen gør at det hele er bygget op omkring sengen, så det indbyder til romantik. Jordfarverne taler også til at man kommer helt i zen og i fordybelse og samtale med sin partner. Det er ikke til nogen med børn, eller det er i hvert fald til nogle som godt vil afsted uden børn” (Anne-Mette, 50-59 år)



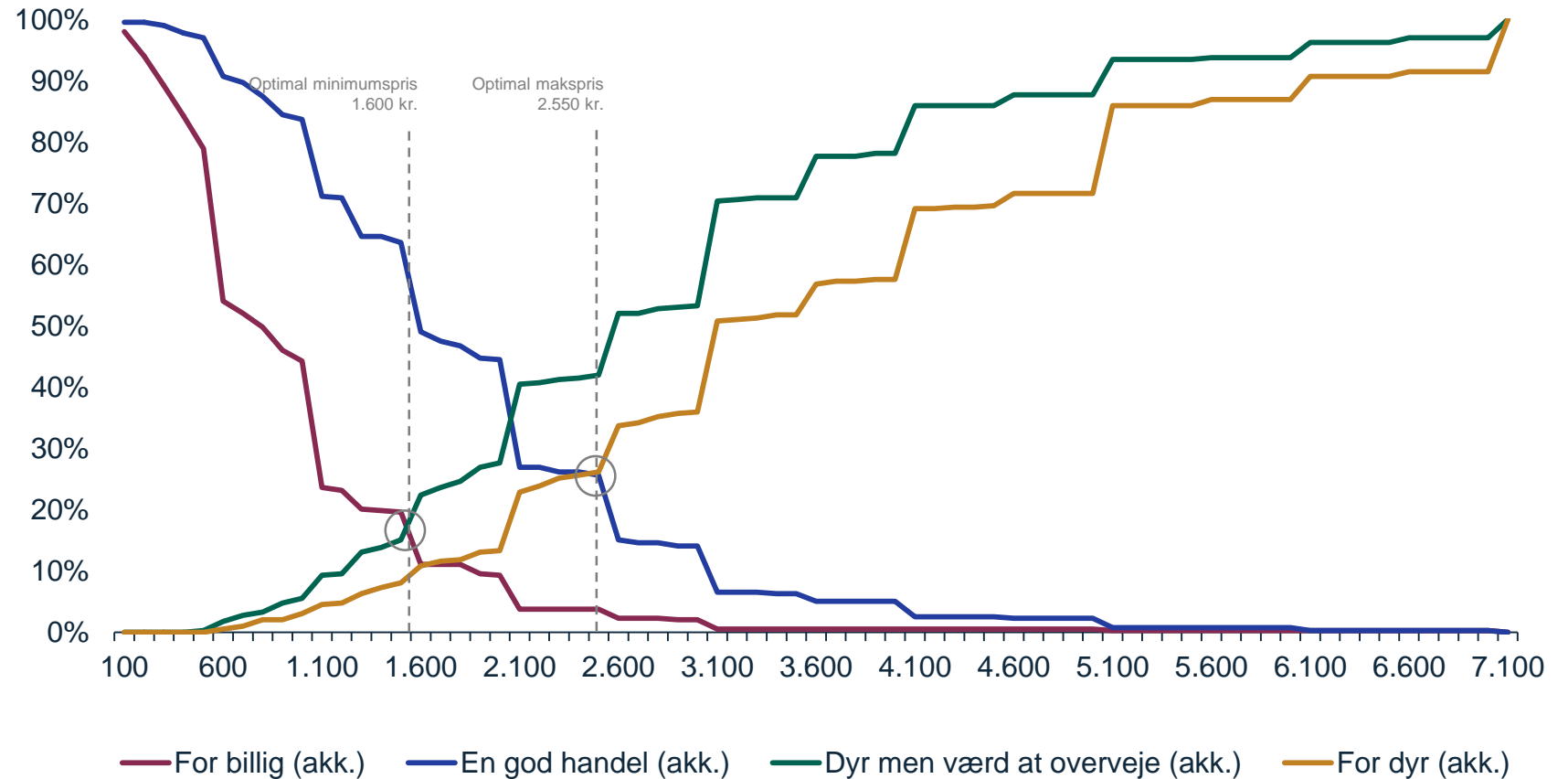
Danskernes betalingsvillighed for to overnatninger i en luksushytte i højsæsonen er 1.600-2.550 kr.

Kommentar

Figuren viser, at danskernes betalingsvillighed for to overnatninger i en luksushytte i højsæsonen er mellem 1.600 kr. og 2.550 kr. Dette er med andre ord det optimale prisinterval i højsæsonen, hvis man ønsker at ramme den brede gruppe af danskere, der er interesserede i at betale for et ophold i en luksushytte i Danmark.

“Jeg vil godt betale lidt mere end for et hotel, fordi man får spa og udendørs-område. Det gør man også på mange hoteller, men her er det tæt på ens bolig og man skal ikke gå langt i morgenkåbe. Og det kan ikke sammenlignes med et sommerhus, da der var færre rum, så jeg vil tro, at et sommerhus var dyrere (Anne-Mette, 50-59 år)

Målgruppens betalingsvillighed i højsæsonen for to overnatninger i luksushytte



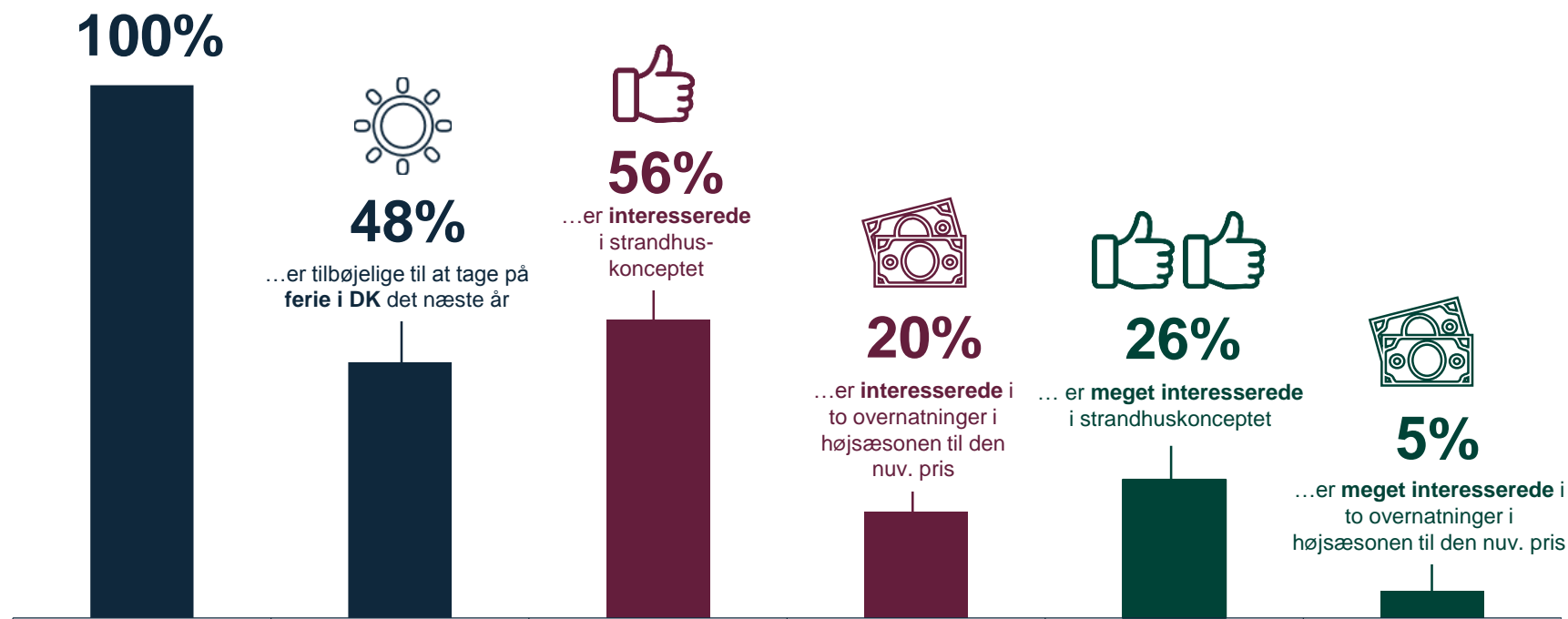


Hele 56 % af danskerne er interesserede i strandhuskonceptet – heriblandt er en del danskere, der ellers ikke er tilbøjelige til at tage på ferie i Danmark

Kommentar

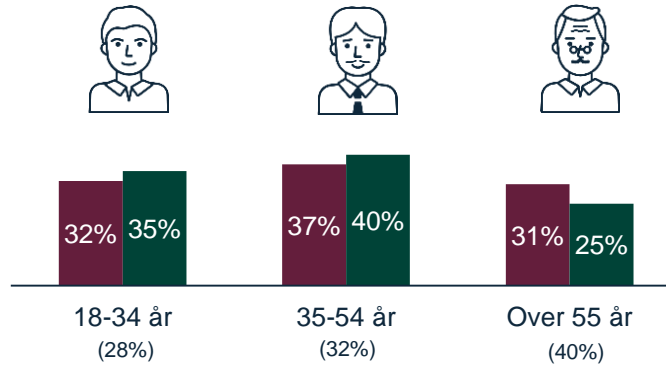
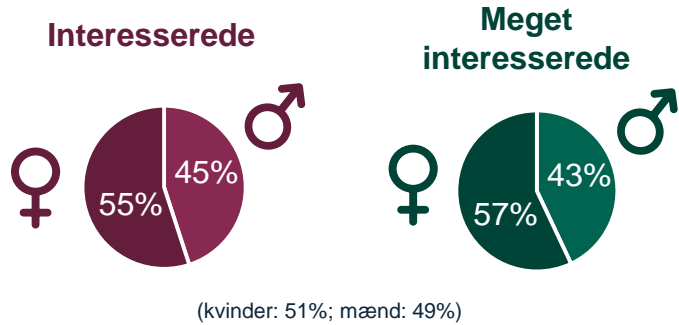
- Knap halvdelen (48 %) af alle danskere over 18 år siger, at det er sandsynligt, at de vil tage på ferie med minimum to betalte overnatninger i Danmark det næste år
- Når vi præsenterer danskerne for billeder af et strandhus som koncept, er hele 56 % dog interesserede i et ophold uden at kende prisen. Nogle af dem, der ikke var interesserede i at tage på ferie i Danmark skifter således mening, når de præsenteres for strandhuskonceptet
- Oplysning om prisen for to overnatninger skiller dog en del af de interesserede fra. Det er dog fortsat 20 % af danskerne, der er interesserede i at betale nuværende pris for to overnatninger i højsæson
- En betydelig del af de interesserede danskere siger, at de er meget interesserede i strandhuskonceptet inden de kender prisen. Denne gruppe udgør 26 % af alle danskere. Det er dog kun 5 % af danskerne, som er meget interesserede i to overnatninger til den nuværende pris

Hvor mange danskere er potentielt i målgruppen for et ophold i et strandhus?



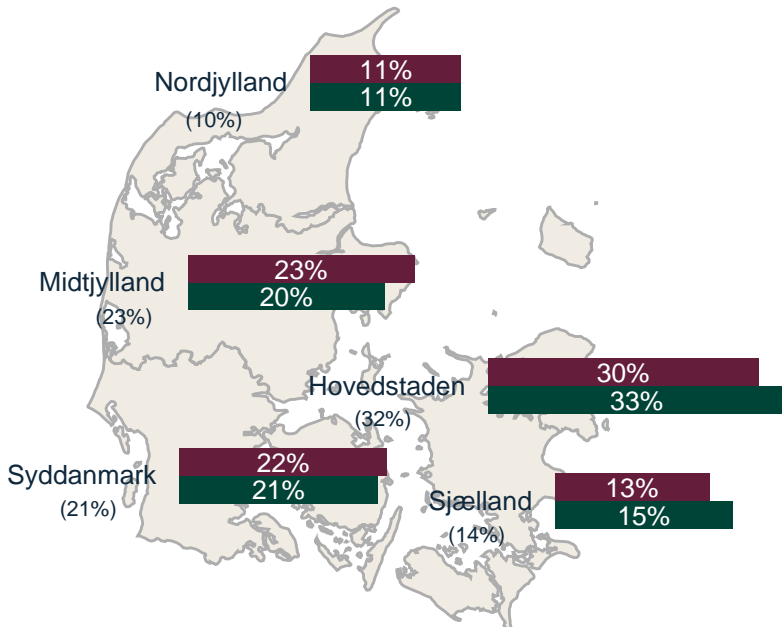


Hvem er målgruppen for strandhuskonceptet?



Målgruppestørrelse

- 👍 **56 % er interesserede**
- 👍👍 **26 % er meget interesserede**



Husstandens årsindkomst (brutto)



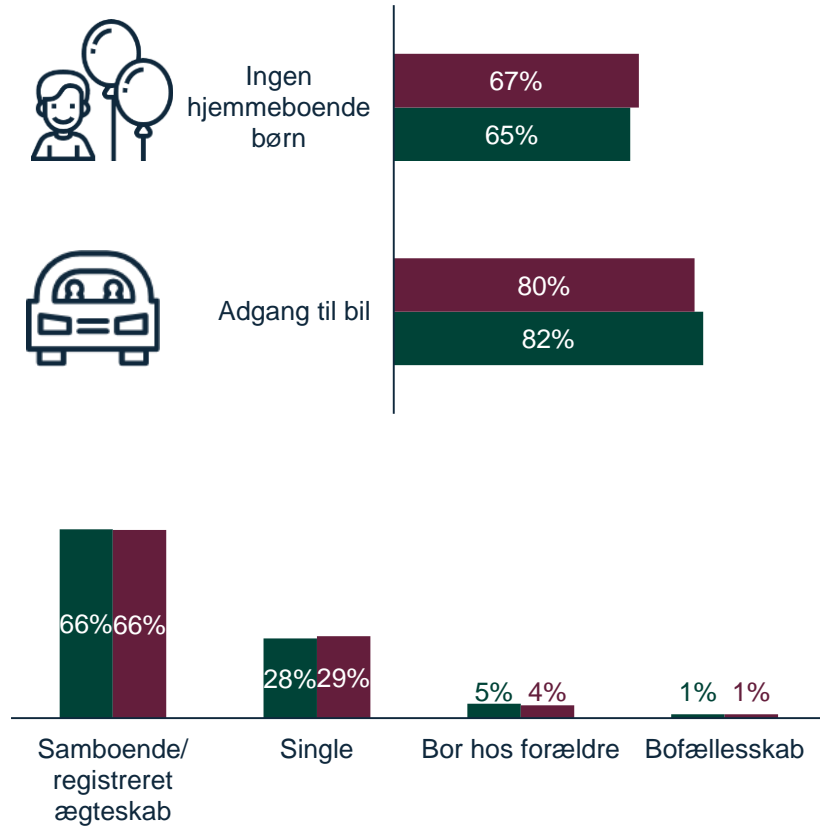
Kommentar

- Interessen for strandhuskonceptet er størst for danskerne under 55 år. Således er 40 % af de meget interesserede i alderen 35-54 år
- Der er en mindre overvægt af kvinder blandt de interesserede og meget interesserede
- En tredjedel af de meget interesserede er bosat i Region Hovedstaden
- Der er interesse på tværs af indkomstgrupperne. Det er dog særligt den mellemste indkomstgruppe, der tjener mellem 300.000-699.999 kr. om året, der er repræsenteret blandt de interesserede

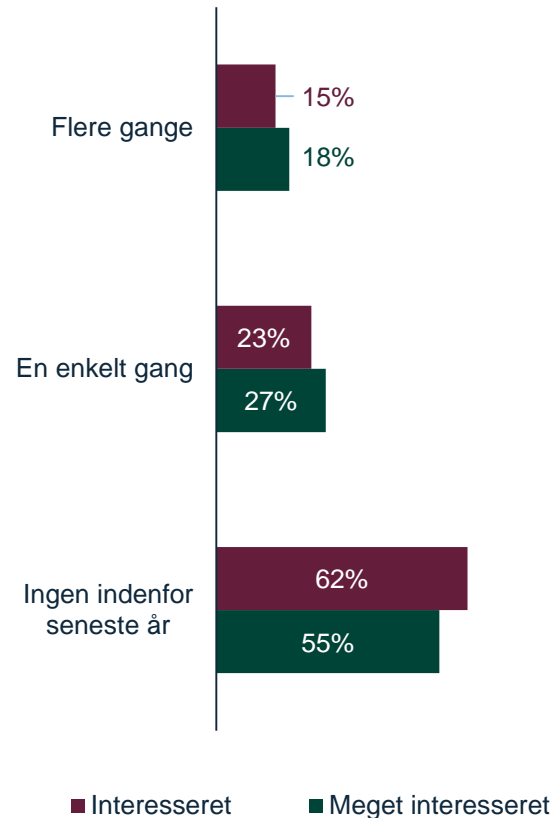


Hvem er målgruppen for strandhuskonceptet?

Hjemmeboende børn, adgang til bil og civilstatus



Ferie: Hvor ofte har du lejet en feriebolig i DK indenfor det seneste år, hvor du betalte for min. to overnatninger?



Kommentar

- Hele 82 % af de meget interesserede har adgang til bil. Konceptet tiltrækker også danskere der ikke har været på ferie i Danmark det seneste år.
- Størstedelen af de danskere, der er interesserede i strandhuskonceptet, har ikke hjemmeboende børn og har en samlever eller er gift.



”Jeg tænker, at det er bedst egnet til et par med børn. Enten en familie med mange børn, sammenbragte børn eller flere generationer hvor farmor og farfar måske tager med” (Sarah, 40-49 år)

”Det typiske par har to små børn på 2-8 år. [...] Der er mange aktiviteter uden, at børnene løber ud på vejen. Børn der møder hinanden her har det sjovt” (Nikoline, 30-39 år)

”Det er en udfordring at alt er lukket inde på pladsen, så man havde ikke mulighed for at købe noget som helst. Vi er der uden bil, så vi kan ikke køre nogen steder” (Nikoline, 30-39 år)

Danskernes betalingsvillighed for to overnatninger i et strandhus i højsæsonen er 1.650-2.650 kr.

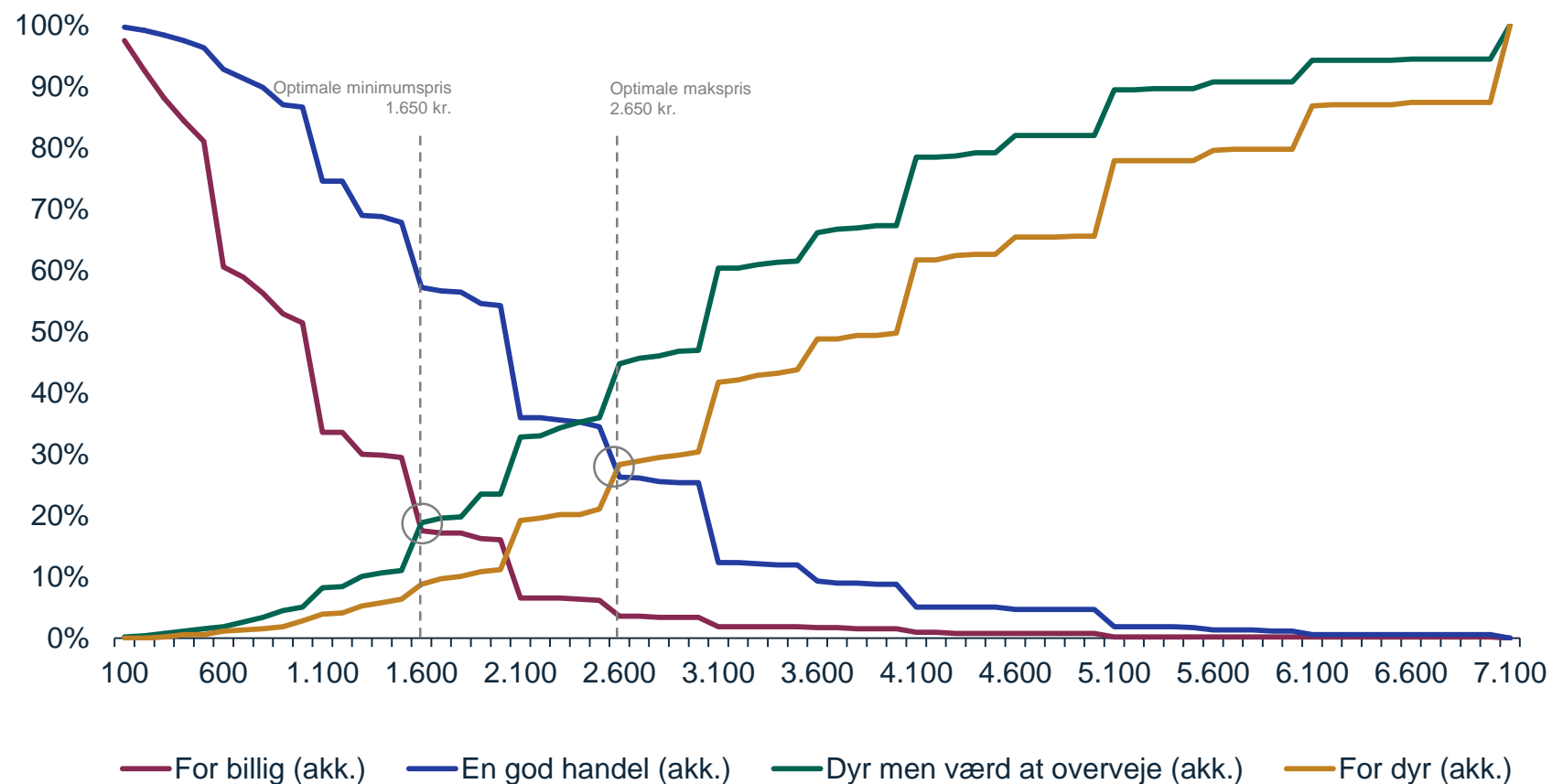
Kommentar

Figuren viser, at danskernes betalingsvillighed for to overnatninger i et strandhus i højsæsonen er mellem 1.650 kr. og 2.650 kr. Dette er med andre ord det optimale prisinterval i højsæsonen, hvis man ønsker at ramme den brede gruppe af danskere, der er interesserede i at betale for et ophold i et strandhus i Danmark.

“

Det er rimelig dyrt for 4 personer, men hvis man havde været 2 par, ville det have været billigere end den billigste ferieform i udlandet. Men man kan nok godt finde billigere sommerhuse udenfor sæsonen i Danmark. Men hvis jeg skal betale skal det være i højsæsonen, hvor der er adgang til alt det campingpladsen giver adgang til (Luca, 50-59 år)

Målgruppens betalingsvillighed i højsæsonen for to overnatninger



Epinion Aarhus

Hack Kampmanns Plads 13

8000 Aarhus C

Danmark

T: +45 87 30 95 00

E: aarhus@epinionglobe.com

www.epinionglobe.com

Epinion København

Ryesgade 3F

2200 København N

Danmark

T: +45 87 30 95 00

E: copenhagen@epinionglobe.com

www.epinionglobe.com